En nuestra vida cotidiana de habitantes del llamado "mundo occidental" abundan las situaciones en que la música suena mientras estamos ocupados en alguna otra actividad. Calles y plazas, transportes, supermercados, casas particulares, restaurantes, tiendas de moda y no tan de moda, entornos de trabajo, sitios públicos y menos públicos, son lugares donde suenan a menudo músicas de una u otra especie, muchas de las cuales fueron compuestas originalmente para ser escuchadas en un entorno de atención. Además, la música acompaña también buena parte de los productos audiovisuales que consumimos a lo largo del día, aunque muchas veces ni siquiera seamos conscientes de su presencia. Ante la proliferación de músicas a nuestro alrededor, la actitud de escucha distraída e intermitente se ha convertido prácticamente en norma: es lo que llamamos "escucha ambiental". Esta modalidad de escucha tan habitual está sin embargo poco estudiada: es compleja y escurridiza, y sin duda requiere una aproximación interdisciplinar.

El seminario "La música que no se escucha", que tuvo lugar en el marco del Festival Zeppelin 2003, se concibió precisamente con la intención de ofrecer algunos conceptos y modelos teóricos útiles para empezar a pensar esta práctica, partiendo de la necesidad de revisar las tipologías de la escucha heredadas de la tradición musicológica. Las ponencias que allí se presentaron, y que este libro recoge, descubren algunas de las muchas cuestiones implicadas en la escucha ambiental, como su función en el cine y la radio, en las estrategias de control del espacio público, en las transformaciones de la tradición y en la relación de los oyentes con su contexto y su identidad.

Una edición de
Orquestralde Caos

**LA MÚSICA QUE NO SE ESCUCHA:** APROXIMACIONES A LA ESCUCHA AMBIENTAL

2

# LA MÚSICA QUE NO SE ESCUCHA

## APROXIMACIONES A LA ESCUCHA AMBIENTAL

Franco Fabbri
Jonathan Sterne
Josep Martí
Anahid Kassabian
Marta García Quiñones
Ola Stockfelt

Edición de Marta García Quiñones

# LA MÚSICA QUE NO SE ESCUCHA

APROXIMACIONES A LA ESCUCHA AMBIENTAL

**Orquestra del Caos**
Calle Montalegre 5
E-08001 Barcelona (España)
Teléfono +34 933064128
caos@sonoscop.net
http://www.sonoscop.net

Traducción del inglés de los artículos de Jonathan Sterne, Anahid Kassabian y Ola Stockfelt: Tomás Nochteff
Traducción del italiano y catalán de los artículos de Franco Fabbri y Josep Martí: Marta García Quiñones
Diseño y maquetación: Ricardo Duque
Impresión: Imprentas Valero, Barcelona

***La música que no se escucha: aproximaciones a la escucha ambiental*** es una edición de la Orquestra del Caos con motivo del Festival Zeppelin 2008.













# LA MÚSICA QUE NO SE ESCUCHA

## APROXIMACIONES A LA ESCUCHA AMBIENTAL

Franco Fabbri
Jonathan Sterne
Josep Martí
Anahid Kassabian
Marta García Quiñones
Ola Stockfelt

Edición de Marta García Quiñones

## ¡Ah! pero ¿existe aún alguna música que se escuche?

José Manuel Berenguer

Concebimos el Sexto Festival de Arte Sonoro Zeppelin, en 2003, conscientes de que la mayor parte de la música que en la actualidad se consume no es escuchada con la atención que la conciencia completa de cualquier objeto musical requiere.

El fenómeno, lejos de haberse invertido, ha ido en aumento y, muy posiblemente, no deje de crecer en mucho tiempo. Se oye música en casi todas partes y a todas horas. Calles y plazas, transportes, supermercados, grandes almacenes, casas particulares, restaurantes, bares, tiendas de moda y no tan moda, entornos de trabajo, sitios públicos y menos públicos, son todos ellos lugares cuyo espacio sonoro se encuentra con frecuencia ocupado por música de una u otra especie. Puede que alguna música haya sido hecha con la idea de no ser jamás escuchada con atención. Ejemplos, existen, desde luego. Pero la mayoría de las que se oyen en esos contextos fue compuesta para situaciones bien distintas: unas, para ser escuchadas atentamente en salas de conciertos ; otras, para ser bailadas; otras, para sobresalir en el fragor de las celebraciones públicas ; y otras aún, con la vocación de ser el elemento sonoro de algún contexto que las trasciende, como son películas, instalaciones o cualquier otra situación compleja cuya concepción incluya, entre otros recursos, el uso del sonido.

Entre los nuevos usos de la música, resulta particularmente llamativa la costumbre de imponerla incluso en situaciones donde la percepción completa y confortable del fenómeno relevante requeriría la ausencia de señales sonoras ajenas. Ejemplo de ello es cualquier evento pirotécnico. La música, en ese caso, que no puede en esas condiciones ser escuchada en la forma para la que fue concebida, impide a su vez la audición completa y confortable de las explosiones, así como las reflexiones que las ondas de sonido producen al chocar contra obstáculos naturales o arquitectónicos.

Nos ocupan aquí especialmente situaciones en las que las músicas se oyen y se consumen de forma bien distinta a como se hiciera en el pasado. La profundidad

media de la consciencia a la que alcanzan es muy variable y, en cualquier caso, no pareciendo que demasiada profundidad sea deseable, lo que más interesa es, precisamente, que no se escuchen con mucha atención, que se perciban, que causen efecto, sí, pero que no distraigan de lo que realmente se busca, a saber, conductas a las que con la presencia apenas perceptible de la música se pretende inducir: la compra de productos, la eficacia en el trabajo, la calma en los lugares públicos, al tiempo que se evita que el silencio y, de su mano, la soledad, jamás puedan llegar a ser ni siquiera intuidos. En auxilio de esas necesidades y con espíritu parecido, actúan con especial eficacia las programaciones radiofónicas, la mayoría, de naturaleza musical. Son legión los lugares públicos y privados donde la radio y la televisión constituyen una especie de fondo al que nadie parece hacer caso más que de forma intermitente y totalmente ausente, pero al que, sin embargo, muy pocos ponen en cuestión. No obstante el fenómeno no sólo puede tener que ver con los intereses económicos de las empresas. Alguna razón oculta, más relacionada con la naturaleza humana y la forma de vivir en las culturas más consumistas, debe existir para que la escucha ausente gane más y más adeptos. Cabe así preguntarse cómo es que cada vez son más los que inundan de música cualquier actividad de su vida cotidiana. Quizá de esa forma, a la manera de las leyendas que se consumen en forma de productos audiovisuales, estén construyendo la banda sonora de sus vidas con la intención oculta e inconsciente de darles una dimensión épica de cuya realidad no existe ningún indicio objetivo.

## PRESENTACIÓN

Marta García Quiñones

El Festival Zeppelin 2003, organizado por la Orquestra del Caos, tuvo como lema *Musique d'ameublement*, en homenaje a Erik Satie. *Musique d'ameublement* es el título de una pieza que el compositor francés estrenó el 8 de marzo de 1920 en la Galerie Barbazanges de París, durante el intermedio de la ópera de Max Jacob *Rufian toujours, truand jamais*. De las paredes de la galería colgaba ese día una exposición de dibujos. Antes de la interpretación de la pieza Satie rogó al público que no se quedara sentado a escuchar, que mirase y comentase las obras expuestas sin prestar atención a la música. Por lo que sabemos, no le hicieron mucho caso.

Menos de un siglo después no podemos sino sorprendernos ante la reacción de aquellos primeros oyentes y espectadores. En nuestra vida cotidiana de habitantes del llamado "mundo occidental" abundan las situaciones en que la música suena mientras estamos ocupados en alguna otra actividad. Es cierto que en la mayor parte de los casos se trata de música grabada, difundida por medio de altavoces; hoy en día es sobre todo así como escuchamos música. Ante la presencia constante de música grabada la actitud del oyente distraído, que presta atención a los estímulos sonoros sólo de manera intermitente, se ha convertido prácticamente en norma: es lo que llamamos "escucha ambiental". En un contexto como el nuestro, de escucha ambiental, el gesto de Satie ha perdido su carácter irónico y provocador.

El seminario "La música que no se escucha", que tuvo lugar el 28 de febrero y el 1 de marzo de 2003 en el CaixaForum de Barcelona, en el marco de aquella edición del Festival Zeppelin, se concibió precisamente en torno a la idea de la escucha ambiental. Allí se expusieron y debatieron las ponencias que ahora presentamos. El objetivo inicial era iluminar una cuestión que, cuando aparece en el debate público, lo hace más a menudo en términos de "música ambiental" que de escucha, lo que en nuestra opinión no facilita la reflexión. Así, nos encontramos por un lado con las quejas legítimas de aquéllos a quienes ofende la imposición de música de fondo

en lugares públicos, pero que acaso no sean conscientes de que incluso cuando ellos mismos deciden qué música escuchar, no siempre le prestan atención. Por otro lado, como nos demuestra el uso del sonido en el cine, la televisión, la publicidad y los medios en general, así como en algunas creaciones populares o de vanguardia, existe una conciencia bastante extendida del carácter cultural del concepto de música y por lo tanto de la continuidad entre sonido y ruido. En esa línea, algunos reivindican la ambientalidad como valor musical –con la etiqueta genérica de *ambient music*, que incluiría la obra de Satie y de sus continuadores, de John Cage y Brian Eno hasta Curd Duca– y hasta se percibe una apertura hacia formas de escucha distintas, incluso en el marco tradicional del concierto. A nuestro entender, estas cuestiones reclaman un tratamiento conjunto desde el punto de vista del "oyente ambiental" y desde la clara conciencia del carácter cultural de las prácticas de escucha. Más allá de los lugares comunes que han condicionado el estudio de la música a lo largo de la historia –en particular, el paradigma de la escucha de concierto–, aparece un gran número de situaciones que resulta urgente observar e intentar explicar. Y para ello se necesita un instrumental teórico nuevo.

Además de ofrecer algunos conceptos y modelos teóricos para empezar a pensar la escucha ambiental, esta colección pretende descubrir algunas de las muchas cuestiones implicadas en esa práctica, como la relación del oyente con el espacio, la tradición, el contexto social, la identidad cultural, etc. Naturalmente, se trata sólo de una primera aproximación, que podría haberse expandido en direcciones distintas, pues la escucha ambiental implica a contextos y músicas de muy diverso signo. Los autores que participaron en el seminario, y que han aceptado amablemente contribuir con sus ponencias a esta publicación, son musicólogos, antropólogos, estudiosos de la comunicación, que con sus escritos han puesto en evidencia la potencia de una idea aún relativamente nueva. Su futura explotación requerirá sin duda el esfuerzo conjunto de la musicología, la antropología, la sociología, la psicología, la semiótica... e incluso la historia. Como muestra de la complejidad del tema abordado, valga la siguiente síntesis de los trabajos que componen este volumen.

En el ensayo que abre la colección, "La escucha tabú", Franco Fabbri critica los prejuicios musicológicos que aún hoy en día impiden una aproximación rigurosa a ciertas experiencias de escucha, que sin embargo están ampliamente extendidas. Para ello, empieza por examinar las tipologías del oyente –en especial, la de Adorno– canonizadas por la musicología en beneficio de la escucha de concierto. A continuación analiza la experiencia de la escucha automovilística en relación con la programación musical radiofónica, deteniéndose a considerar los sistemas de medición de audiencias. Finalmente se acerca a la escucha ambiental más íntima y por ello menos comentada: el uso de música de fondo mientras se hace el amor.

En "Música programada y políticas del espacio público" Jonathan Sterne explica cómo las diferencias en la recepción de la música ambiental son utilizadas por algunas autoridades policiales y cívicas para imponer una cierta idea del orden social en espacios comerciales de los Estados Unidos y Canadá. En estos casos la música clásica y el *easy listening* se convierten en un arma de "disuasión musical no agresiva", capaz por un lado de ahuyentar a las personas consideradas "potencialmente peligrosas" –jóvenes desocupados, mendigos, prostitutas, etc.– y por otro de aumentar la sensación de seguridad de los compradores potenciales, ya sea dentro del recinto o en sus inmediaciones. Sterne cuestiona tanto el planteamiento como los resultados de esta política, y reclama una mayor atención a la dimensión acústica de los espacios urbanos.

El artículo de Josep Martí, que lleva por título "Algunas consideraciones sobre las músicas ambientales en contextos festivos", hace referencia a contextos de escucha bien distintos de los abordados por Sterne, como son las fiestas tradicionales. Tal como explica Martí, la música de fondo se ha ido incorporando poco a poco a la dinámica de este tipo de celebraciones, donde de hecho suele existir ya un elemento facilitador, que es la importancia del ruido. A través de algunos ejemplos –el Carnaval de Laza, la Semana Santa del Bajo Aragón, la Feria de Sant Ponç en Barcelona– muestra el carácter situacional del hecho musical en general, analiza algunas de las funciones de la música ambiental en celebraciones tradicionales y

valora su complicidad con los objetivos que se le atribuyen a la fiesta. Martí introduce además los conceptos de "articulación" y "acoplamiento" como herramientas para describir la interacción entre la música y la situación festiva.

En "¿Quiere un poco de *world music* con su cortado? Starbucks, Putumayo y el turismo distribuido" Anahid Kassabian se centra en la difusión de la *world music* por parte de sellos como Hear Music (asociado con la cadena de cafeterías Starbucks) y Putumayo, cuyas estrategias de comercialización promueven la identificación de esa música con un determinado estilo de vida. Kassabian se pregunta qué tipo de experiencias de escucha nos proponen estas empresas, y contesta que se trata de una experiencia turística de un nuevo tipo, que hunde sus raíces en una nueva concepción de la subjetividad, que ella llama "subjetividad distribuida". A continuación emprende un análisis de algunas de las teorías más interesantes sobre la *world music*, poniendo de relieve las dudas que esta música suscita en cuanto a las relaciones de poder entre productores, distribuidores y consumidores. A pesar de las continuidades que aprecia entre el modelo del turismo auditivo moderno y el turismo distribuido, Kassabian destaca sobre todo las novedosas y complejas relaciones entre el "aquí" (el contexto de la escucha efectiva) y el "allí" (el espacio musical evocado) que las prácticas de escucha distribuida plantean.

El artículo de Marta García Quiñones, "Escucha ambiental y tradición musical: cuando las emisoras de música clásica programan para el oyente distraído", parte de una noticia elaborada por un periodista norteamericano a propósito de los cambios en la programación musical de su emisora de música clásica preferida, que había adoptado criterios afines a los aplicados por la empresa Muzak, inventora del llamado "hilo musical". A la luz de la tipología del oyente formulada por Adorno, estos cambios se interpretan como una inversión jerárquica, en que la escucha del oyente distraído se ha convertido en paradigmática. Para probar este punto, se describen algunos de los métodos de análisis utilizados para elaborar las directrices de programación que luego las emisoras aplican, y se muestra la dependencia de los resultados del nuevo modelo de escucha ambiental. Finalmente, se aboga por

una aproximación a la escucha radiofónica que tenga en cuenta tanto sus objetivos pedagógicos (especialmente importantes en la radio pública) como las peculiaridades del medio, al que sólo podrá hacerse justicia con métodos de investigación más sutiles y complejos, que no reduzcan la escucha ambiental a una mera cuestión de preferencias espontáneas.

Por último, en "La escucha de fondo como composición musical" Ola Stockfelt defiende el papel central de la escucha en la experiencia musical, descubriendo así el valor de la escucha ambiental como habilidad compositiva del oyente. Recurriendo a sus propias vivencias como estudiante de composición electroacústica y como dedicado oyente de la pieza de Satie *Vexations* –que, por cierto, se interpretó también en esa edición del Festival Zeppelin–, Stockfelt nos introduce en las ambigüedades de la escucha, y en particular en las borrosas fronteras entre música y ruido, silencio y música y atención y distracción. Para acabar, toma como ejemplo la banda sonora de la película *Blade Runner*, obra de Vangelis, para mostrar cómo los buenos compositores juegan precisamente con esas fronteras tenues y guían al oyente, induciéndolo a adoptar una u otra estrategia de escucha.

## CRÉDITOS

La contribución de Franco Fabbri, "La escucha tabú", ha sido publicada en italiano dentro del volumen *L'ascolto tabù. Le musiche nello scontro globale* (Milán: Il Saggiatore, 2005). La traducción española aparece por amable concesión de la editorial Il Saggiatore de Milán (© Gruppo editoriale il Saggiatore S.p.A., Milán, 2005).

El ensayo de Anahid Kassabian "¿Quiere un poco de *world music* con su cortado? Starbucks, Putumayo y el turismo distribuido", que amplía la ponencia presentada en nuestro seminario, apareció originalmente en inglés en la revista *twentieth-century music*, nº 1, 2004, pp. 209-223, publicada por Cambridge University Press.

## AUTORES

**Franco Fabbri**, músico, musicólogo y crítico musical, enseña *popular music* en la Universidad de Turín (Italia). Es autor, entre otros libros, de *Il suono in cui viviamo* (Roma: Arcana, 2002), cuya reedición ampliada será publicada próximamente por Il Saggiatore; *Album Bianco. Diari Musicali 1965-2000* (Roma: Arcana, 2002) y *L'ascolto tabù* (Milán: Il Saggiatore, 2005). Ha investigado fundamentalmente sobre la historia de la *popular music*, las relaciones entre música y tecnología, los géneros musicales y las músicas del Mediterráneo.

**Jonathan Sterne** enseña en el Departamento de Historia del Arte y Estudios de la Comunicación de la Universidad McGill (Canadá). Es autor de *The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction* (Durham: Duke University Press, 2003) y ha escrito extensamente sobre medios de comunicación de masas, tecnología y políticas culturales. Está trabajando en su próximo libro, que lleva el título provisional de *MP3: The Meaning of a Format*.

**Josep Martí,** antropólogo e investigador del Instituto de Musicología Milà i Fontanals (CSIC) de Barcelona, dirige programas de investigación interdisciplinaria centrados en la antropología de la música. Es autor de *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales* (Barcelona: Deriva, 2000), además de numerosos artículos en publicaciones nacionales e internacionales, algunos de ellos dedicados a la música ambiental.

**Anahid Kassabian** detenta la Cátedra James y Constance Alsop de Música en el Instituto de Música Popular de la Universidad de Liverpool (Reino Unido). Entre sus publicaciones destacan: *Keeping Score: Music, Disciplinarity, Culture*, coeditado con David B. Schwarz y Lawrence Siegel (Charlottesville: University Press of Virginia, 1997) y *Hearing Film. Tracking Identifications in Contemporary Hollywood*

*Film Music* (Nueva York-Londres: Routledge, 2001). Está preparando dos libros: *The Soundtracks of Our Lives: Ubiquitous Musics and Distributed Subjectivities*, y *Ubiquitous Musics*, coeditado con Elena Boschi.

**Marta García Quiñones** es licenciada en filosofía por la Universidad Autónoma de Barcelona y actualmente prepara en la Universidad de Barcelona una tesis doctoral sobre la escucha ambiental.

**Ola Stockfelt** enseña música y comunicación audiovisual en la Universidad de Goteborg y en el Colegio Universitario de Skövde (Suecia). Uno de los capítulos de su tesis sobre la música como arte de la escucha fue incluido en la antología *Keeping Score: Music, Disciplinarity, Culture*, editada por Anahid Kassabian, David B. Schwarz y Lawrence Siegel (Charlottesville: University Press of Virginia, 1997). Ha investigado y publicado sobre el paisaje sonoro, la música de fondo y el diseño de sonido.

# LA ESCUCHA TABÚ

Franco Fabbri
Universidad de Turín

El estatus de la escucha "desatenta" en los estudios musicales es más bien bajo. Según la jerarquía instituida por Adorno en su *Introducción a la sociología de la música*,[1] cualquier tipo de escucha por debajo del nivel de la "escucha estructural" se considera síntoma de una actitud incorrecta hacia la música. Además, como los oyentes de talento –capaces de descifrar al instante todas las estructuras subyacentes a los sonidos percibidos– *obviamente* pueden distinguir la música "mala" de la "buena", una escucha "de bajo nivel" se convierte en sinónimo de música "de bajo nivel". La música que se percibe de manera desatenta, no sólo involuntaria, se considera "contaminación musical". Se la tilda de "música pasiva" y se dice que es percibida por los oyentes desatentos del mismo modo en que los fumadores inhalan "humo pasivo".

Los discursos sobre la escucha desatenta, trufados de desprecio hacia la "pésima música que se escucha en todas partes" (en los bares, en las tiendas, en los medios de transporte; o, simplemente, la música que los adolescentes escuchan mientras estudian: ¿cómo pueden hacerlo?) son tan numerosos que podrían hacernos sospechar que todo este aparato silogístico se ha construido para demostrar (¡por fin!) que la Música Seria es buena y todas las demás son malas. Se ha oído decir a ceñudos profesores, interrogados sobre este tema: "Antes la música era un arte, se asistía a conciertos y allí se escuchaba. Ahora tenemos esa musicucha que sale de los altavoces. Mirad a todos esos jóvenes con *walkman*." A menudo en estas discusiones uno se toma la molestia de recordar (incluso a eximios historiadores de la música) que en la historia de la humanidad la música ha desempeñado otras funciones, no ligadas a la institución del concierto y a una escucha concentrada; algunos se sorprenden cuando se les hace notar que la escucha a través de auriculares puede ser un modo de concentrar en la música toda la atención posible, mientras que ciertos asiduos a conciertos se permiten grandes siestas. En otras palabras: evidentemente

a algunos musicólogos hay que recordarles que la interacción entre la tecnología, las funciones sociales y lingüísticas de la música, los géneros, la semiótica y la psicología de la percepción musical es un poco más compleja que la división en dos del mundo de los sonidos: a un lado los buenos (una sinfonía de Mozart o de Brahms escuchada con atención en una sala de conciertos), y al otro los malos (música pop transmitida a alto volumen por la radio del tipo que ha plantado su sombrilla al lado de la nuestra, y escuchada con disgusto). Para todos –musicólogos incluidos– los que quieran entender cómo "funciona" la música en el mundo de hoy el desafío consiste en prestar atención a todas las maneras en que se escucha o se utiliza la música. No debería haber jerarquías a priori o tabúes. Desgraciadamente en los estudios musicales estos tabúes existen. ¿Qué cabe decir de la escucha de música mientras se conduce un automóvil? ¿Es una escucha atenta? ¿Es desatenta? ¿Cómo es posible que algunas personas puedan trabajar mientras escuchan música? ¿Cómo se puede explicar la afirmación de que algunos trabajos se pueden realizar mientras se escucha música y otros no? ¿Qué decir sobre una práctica que muchos mencionan en privado, pero que no parece que ningún musicólogo quiera comentar: escuchar música mientras se hace el amor? ¿Qué nos "dice" esta práctica sobre los mecanismos de la escucha? ¿Hay una estética (popular) de la música adecuada a este propósito? ¿No será quizás que estamos ocultando una cara oscura de la Luna, una *Dark Side Of The Moon* (referencia apropiada, al parecer, si es cierto lo que se dice sobre el uso preferido por millones de oyentes, tal vez no atentísimos, del más famoso álbum de Pink Floyd) de la psicología, la semiótica, la estética, la sociología y la práctica musical?

## Escuchar, oír

Muchas lenguas occidentales muy difundidas poseen al menos dos (o más) verbos distintos para indicar la acción de recibir sonidos de manera pasiva o activa, o –para usar una terminología filosóficamente más correcta– para referirse a la sensación o a la percepción de sonidos. *Oír* o *escuchar* (en español); *udire*, *sentire* o *ascoltare* (en

italiano); *to hear* o *to listen to* (en inglés); *ouïr*, *entendre* o *écouter* (en francés); *hören*, *anhören*, *zuhören*, *horchen* (en alemán); *sentir* o *escoltar* (en catalán); *ouvir* o *escutar* (en portugués).

En realidad, podemos escuchar (o *ascoltare*, *listen to, écouter,* etc.) incluso si no estamos percibiendo (u oyendo) ningún sonido: sucede cuando concentramos nuestra atención en el sentido del oído. Y naturalmente podemos percibir (oír) un sonido sin escucharlo.

Me acuerdo que, hace años, la presidenta de una empresa de ordenadores de Silicon Valley, que intentaba persuadir a los participantes en una reunión comercial de las ventajas de una *workstation* sin discos y sin ventilador, apagó el ventilador del proyector de diapositivas, que había estado encendido todo el rato durante la reunión, y hubo un "¡Oh!" coral en el momento en que todos los presentes *escucharon* por primera vez la *ausencia* de un sonido de durante horas no habían *oído*. Por lo tanto, se puede pasar de la mera percepción del sonido –del oír– a la escucha no sólo porque la atención sea captada por un sonido nuevo, sino también porque un sonido desaparece.

Las lenguas que he citado (y probablemente otras que no conozco) demuestran que en sus respectivas culturas existen "espacios" semánticos relativos al menos a dos actitudes distintas hacia la recepción del sonido: una que implica nuestro acto deliberado de prestar atención al canal sensorial, otra que implica su mero funcionamiento. Se puede observar que existen "espacios" semánticos similares para el sentido de la vista, representados en las lenguas por verbos como *mirar* o *ver*, *guardare* o *vedere*, *to look at* o *to see,* etc. Esta distinción entre el prestar atención a los sentidos y la sensación "pura" parece ser un rasgo común a muchas culturas, y obviamente está presente en la llamada "cultura occidental" (donde los filósofos la han investigado durante casi veinticinco siglos, en el marco de la dicotomía percepción/sensación, y durante décadas la han estudiado también los psicólogos experimentales, los especialistas en semiótica, los cognitivistas), aunque preferiría no extenderlo a otras culturas y no definirlo como "humano" *tout court*, al menos no

en la forma en que suele entenderse en una cierta cultura. Por otro lado, si volvemos a nuestros ejemplos lingüísticos, incluso en el campo de las lenguas europeas afloran anomalías y disimetrías. Por poner un ejemplo, en alemán los verbos que significan "escuchar" o "prestar atención (auditiva)" (*anhören*, *zuhören* y el intransitivo *horchen*) derivan de la misma raíz que el verbo que significa "oír" (*hören*), y también todos los sustantivos que se refieren a una percepción activa del sonido y de la música (escucha, "escuchador") derivan de *hören* (*Hören*, *Hörer*, *Zuhören*, *Zuhörer*). Evidentemente en alemán hay una variedad de verbos y de expresiones perifrásticas que pueden utilizarse para describir diversas actitudes frente al sonido, pero los términos "de base" que se refieren al acto de escuchar o a la persona que escucha son los mismos que se refieren al acto de oír o a la persona que oye (aunque conviene notar la importancia que asumen en esta lengua las formas léxicas compuestas por medio de prefijos como *an*-, *zu*-, etcétera). En italiano y en inglés, viceversa, los términos que designan al oyente (*uditore*, *hearer*) son mucho más específicos que los que designan al "escuchador" (*ascoltatore, listener*), y en consecuencia la situación de los sustantivos se invierte respecto al alemán: la raíz a la que remiten los sustantivos de uso más generalizado es la de la escucha atenta.

Pero el alemán es particularmente interesante porque Alemania es la *Vaterland* de las *Musikwissenschaften*. Se trata de una lengua, de un país, donde surgieron muchas *Hörertypologien* (y *Hörtypologien*) importantes, a pesar del hecho (o quizás justo por eso) de que la distinción de base entre las dos actitudes parezca más difuminada que en otras lenguas, o casi inexistente. ¿Tal vez esto significa que la musicología alemana es menos refinada, menos detallada sobre la escucha y los oyentes, del mismo modo en que todos nosotros tenemos una percepción muy tosca y poco sofisticada de la nieve comparada con la de los esquimales (el ejemplo estándar de todos los tratados de semántica)? En absoluto. Pero se insinúa la sospecha de que algunas incomprensiones o lugares comunes de la musicología de influencia germánica (es decir, de toda la musicología) surjan a partir de la presunción de que todo oír sea escuchar o viceversa; es decir, de la eliminación de la escucha

desatenta o del oír –confinado en el universo oscuro de la sensación–, que implica también la eliminación de cualquier interacción constructiva entre diversos modos de recepción. Los aficionados a las metáforas y los mapas conceptuales, que utilizan para desplazar significados y construir teorías, como los defensores de la noción de la "escucha pasiva" que obligaría a absorber "contaminación musical", no parece que se inmuten ante la definición de Heinrich Besseler del *passives Hören* como *Hörstil* típico de la música romántica, opuesto al *aktives Hören* para la música del periodo clásico, *verknüpfendes* (asociativo, vinculante) para la barroca, *vernehmendes* (sensible) para la del Renacimiento.[2] Besseler sugiere que la escucha pasiva es típica de música como el *Quinteto en mi bemol* de Schumann, no sólo de la *dance music* italiana a alto volumen de las tiendas Foot Locker. Pero no nos está permitido extrapolar: la tipología de Besseler, naturalmente, se basa en el canon de la música euroculta, aunque esta asociación entre los tipos de escucha y las características estructurales generales de los estilos musicales respectivos probablemente se encuentra en el origen de la tipología de Adorno, más conocida, que idealiza la "escucha estructural". Y ciertamente el *Hören* de Besseler es una escucha atenta: si entiendo bien a qué se refería, uno tiene que asumir deliberadamente la actitud del *passives Hören* para escuchar correctamente el *Quinteto* de Schumann, de un modo distinto a como escucharía, por ejemplo, un cuarteto de Mozart.

## La jerarquía de Adorno

La famosa tipología de los oyentes (y/o de los comportamientos de escucha) de Theodor Wiesengrund Adorno no es ciertamente la primera que implica una jerarquía. El juicio está ya implícito en *Hörtypologien* más antiguas, como la de Friedrich Rochlitz (de 1799), según la cual las personas *die mit ganzer Seele hören*, las "que escuchan con toda el alma", son naturalmente los mejores oyentes, frente a los "que escuchan sólo con las orejas" o, como en la clasificación del público que aparece en el número del 28 de octubre de 1824 de la *Allgemeine Musikalische Zeitung*, donde se describe un personaje, la *Seelenverkäuferin* ("tratante de esclavos"), la "madre que

lleva a su hija a conciertos en busca de marido".[3] Y en la historia de la musicología no podía faltar una *Hörertypologie* racista, basada en los datos "experimentales" recogidos por Albert Wellek en 1938-1939, bajo el Tercer Reich.[4]

Lo que es nuevo y, se podría añadir, lo que es *característico* de la tipología de Adorno es la conexión entre oyentes y comportamientos de escucha por un lado y géneros musicales por otro. Y con razón: Adorno siempre tiene razón, incluso cuando se equivoca, y siempre se equivoca, incluso cuando tiene razón (¡es la dialéctica, señores míos!). Quiero decir que géneros distintos implican actitudes de escucha diferentes; hasta cierto punto, se *definen* por sus distintos modos de escucha (y por sus distintos "escuchadores").

Además, medios distintos implican escuchas distintas: Adorno es plenamente consciente de ello, y sus reflexiones sobre el uso musical de la radio (donde las sinfonías pierden en la pequeña caja su *gemeinschaftbildende Kraft*)[5] son más estimulantes que su *Hörertypologie* sólo moderadamente dialéctica (al menos en la forma difundida por la musicología). No soy experto (y menos aún un *fan*) de los métodos deconstruccionistas, pero el primer capítulo de la *Introducción a la sociología de la música*, donde se presentan los varios "tipos de comportamiento musical" ofrecería buenos ejemplos de retórica narrativa a un análisis de ese tipo. El "experto" es definido como un oyente al que "normalmente no se le escapa nada y que al mismo tiempo es capaz de darse cuenta en cada instante de lo que ha escuchado".[6] Primer tipo, el mejor ("perfectamente adecuado"). Aquí Adorno no se molesta en explicarnos en base a qué valores este tipo de oyente se considera el mejor, o por qué es un "privilegio" pertenecer a este tipo de oyentes: ya lo ha hecho en otra parte. Pero se podría objetar que en el primer capítulo de una *Introducción* a la sociología de la música, donde se enuncian algunas categorías básicas, habría podido *no* dar por descontada la lectura de su *Filosofía de la música moderna*. De hecho, tiende una mano al lector con un ejemplo de este comportamiento "plenamente adecuado [que] debería ser definido como *escucha estructural*": "quien, al afrontar por primera vez una pieza libre y desprovista de claros soportes arquitectónicos como el segundo

tiempo del *Trío de cuerda* de Anton Webern, fuera capaz de señalar su estructura formal".[7]

Naturalmente, Adorno habría podido citar muchos ejemplos de música "difícil" capaz de poner a prueba a un oyente experto. Uno (dado que la *Introducción* se publicó en alemán en 1962) podría haber sido *Free Jazz* de Ornette Coleman (que salió en 1960); o una *qasida* de Umm Kulthum, o un raga indio. Todos ellos buenos tests, desprovistos (para un "oyente experto" europeo) de claros soportes arquitectónicos. Aunque no es un gran descubrimiento señalar que Adorno no era un relativista cultural, podría ser útil subrayar que esta tipología de comportamientos musicales, con toda la retórica subyacente y sus asunciones jerárquicas, fue adoptada como una especie de evangelio por la "musicología oficial" (un término citado con desprecio en la introducción de la edición italiana, firmada por Luigi Rognoni). El *experto* (número uno), el *buen oyente* (número dos), el *consumidor de cultura* (número tres), el *oyente emotivo* (número cuatro), el *oyente resentido* (ya sea un fanático de la música prerromántica, número cinco, o del jazz, número seis), el *oyente de entretenimiento* (número siete, el que escucha *Unterhaltung Musik*, es decir *popular music*), y por último el *no oyente*, el *oyente antimusical* (número ocho) se han incorporado al sentido común de muchísimos musicólogos, a pesar de las numerosas advertencias y *caveat* del propio Adorno. Él mismo escribe sobre contradicciones entre los tipos, sobre la no linealidad de su clasificación, definida explícitamente como no unidimensional: llega incluso a afirmar que la asociación entre comportamientos de escucha y tipos de música no ha de ser entendida como biunívoca ("según los distintos puntos de vista, uno u otro tipo de oyente podría revelarse más próximo al objeto").[8] Advertencias inútiles: con cambios muy modestos (que afectan sobre todo al jazz, promovido recientemente de la escucha resentida a la escucha buena o estructural), la tipología de Adorno –en forma cristalizada y adialéctica– es todavía una de las categorías fundacionales de la "musicología oficial", con corolarios (cuya falsedad habría demostrado Adorno) como que "la *popular music* no necesita (o merece) una escucha estructural", o que "cuanto menos competente (o atenta) sea

la escucha, peor es la música", o incluso (en una forma ligeramente distinta) que "la música que la gente escucha sin prestar atención es mala". En cierta medida todo el discurso musicológico sobre la música que no está destinada al primer plano ha sido una articulación (con un uso casi nulo de la dialéctica adorniana) de aquella tipología, un aparato silogístico autoindulgente (basta ver la sonrisa de ciertos musicólogos cuando hablan de "música de consumo"), un conjunto de teoremas derivados de postulados euclídeos que nunca han encontrado su Riemann (el matemático, evidentemente).

## Una fenomenología de la escucha desatenta: "Baby you can drive my car"

La música no destinada a la escucha atenta, como gran conjunto indiferenciado, incluye músicas interpretadas en directo y músicas difundidas a través de altavoces. Como sabe cualquiera que haya estudiado la historia de la música occidental, pero muchos musicólogos (también los historiadores de la música) demasiado a menudo olvidan, muchas obras que fueron creadas como fondo sonoro han sido incorporadas posteriormente al canon de la música de concierto. Según diversas anécdotas y leyendas, a esta lista habría que añadir incluso las *Variaciones Goldberg*, pero para seguir asentados en un terreno más sólido se podría decir que géneros como la *Tafelmusik*, la serenata, la casación y las oberturas (también las de Rossini) se caracterizaron por su función de acompañamiento de banquetes, mascaradas y otros eventos sociales, o por hacer aumentar con delicadeza la atención a la música, desde el grado cero hasta un nivel más adecuado a la música que iba a continuación. En muchos teatros de ópera italianos, durante mucho tiempo el primer plano correspondió a la comida, a los juegos de cartas o al sexo.

Como hemos visto, ya entonces se criticaban determinados comportamientos en nombre del Arte: esto no significa que nada haya cambiado, pero constituye una advertencia contra una posible pérdida de sentido y de valor, si desechásemos o despreciásemos la música de fondo en cuanto tal. Por otro lado, los discursos actuales sobre la escucha desatenta se refieren sobre todo a la música difundida a

través de altavoces en espacios privados o públicos, *no* en el ambiente propio de un concierto. La mayor parte de esta música es grabada. Aunque cualquier eslabón de la cadena que lleva desde la fuente de esta música hasta el oído o la mente del oyente puede ser significativo, el debate normalmente se centra en el lado del oyente: es decir, del altavoz a la mente. Al describir algunas situaciones que no me atrevo a considerar típicas, pero que he experimentado personalmente, yo también partiré de aquí. De todos modos, es necesaria una pequeña advertencia metodológica. Mezclaré datos empíricos con observaciones personales sobre mi experiencia; estas últimas observaciones, por su naturaleza hermenéutica, no pueden ofrecer *pruebas*. No obstante, espero que puedan ser útiles, al menos para los que intenten demostrar que no son ciertas.

Según una bien conocida investigación de 1983,[9] cerca del 24 por ciento de los entrevistados en dos ciudades italianas declaraba que escuchaba música en el coche cada día. Los que lo hacían escuchaban una media diaria de poco menos de una hora. Las medias sobre el total de los entrevistados, respecto a distintos medios de comunicación de masas, suman aquel total de casi dos horas y cincuenta minutos de escucha cotidiana de la llamada "música reproducida" (cuatro horas y diez minutos entre los adolescentes) que en aquella época surgió como resultado de investigaciones llevadas a cabo de manera independiente en varios países. Hay que subrayar que el cuestionario se refería en general a "música" y de manera más específica a la "escucha de cintas de casete en el coche", por lo tanto –en principio– las respuestas a esa pregunta no incluían la escucha de programas radiofónicos en el coche, ni siquiera de programas musicales. Éstos se habrían incluido en las respuestas sobre la "radio" (aproximadamente el 70 por ciento de los entrevistados, durante unos setenta minutos al día). Un elemento de cautela que generalmente se aplica en este tipo de investigaciones es que naturalmente las respuestas se refieren a la memoria subjetiva de la escucha de música, y fácilmente pueden exceder la realidad; de todos modos, para el 24 por ciento de los entrevistados un poco menos de una hora al día es una valoración bastante buena del tiempo que pasa en el

coche quien va al trabajo y vuelve a casa con ese medio de transporte, si se hace una media entre los habitantes de las dos ciudades y los que cada día van allí a trabajar. Además, en Italia hace veinte años los coches se vendían sin radio (quien quería la compraba y la instalaba) y naturalmente no existían los lectores de CD para coche; por lo tanto, es de suponer que las cifras serían más altas hoy en día, no sólo en porcentajes (hay más personas que tienen coche y más coches con radio y con lectores de casetes o CD), sino también en cuanto a la duración de la escucha (el tráfico es notablemente superior).

Hace años, cuando trabajaba en la emisora pública Radio 3 de la RAI, me informaron de que muchos oyentes de hecho escuchaban los programas de la emisora en el coche. Para mí no fue una sorpresa, pues yo mismo era desde hacía mucho un oyente automovilístico, y también porque muchos conocidos, cuando me comentaban que escuchaban mi programa, me decían que lo escuchaban en el coche. En cambio, sí fue una sorpresa para la entonces directora de la radio, que hasta ese momento –las veces que yo había sugerido que nos dirigiéramos específicamente a la audiencia automovilística– siempre me había contestado: "Mira, son tan pocos los que escuchan Radio 3 en el coche". No era falta de experiencia o de imaginación de la directora, sino un problema de las estadísticas de escucha radiofónica italianas. Cuando los investigadores finalmente decidieron afrontar la cuestión de manera adecuada, aparecieron los oyentes automovilísticos, también los de Radio 3.

Recientemente, en algunos países se han introducido nuevos métodos de investigación, que prescinden de las entrevistas y de los correspondientes errores sistemáticos. Radiocontrol, un sistema suizo (www.radiocontrol.ch), se basa en una pequeña grabadora digital, de las dimensiones de un reloj de pulsera, que registra breves muestras del ambiente sonoro a intervalos regulares. El "reloj" se distribuye a una muestra de la población y es recogido al cabo de una semana; los datos grabados se comparan con un archivo audio que contiene todos los programas de radio de la semana, y la aplicación informática es capaz (al parecer) de determinar si las muestras grabadas son iguales a lo que ha transmitido alguna emisora de radio

exactamente a esa hora. Por lo tanto, Radiocontrol ofrece datos de audiencia que cubren todas las fuentes radiofónicas posibles (en casa, en el coche, en espacios públicos), siempre que sean audibles, y elimina algunos de los motivos de error más comunes (como una radio encendida en otra habitación, que se incluiría en los tiempos de escucha en una investigación basada en entrevistas, pero que en cambio el "reloj" no "oye").

Si fuera portador del "reloj" de Radiocontrol, los datos de la investigación mostrarían que enciendo la radio-CD del coche cada vez que entro en él, incluso cuando se trata de un trayecto breve, y normalmente no la apago hasta un poco antes de aparcar. Escucho la radio o mis CD. Muy a menudo escucho más música en el coche –cada día– que en casa. Naturalmente, lo que Radiocontrol no podría descubrir es lo que pasa mientras escucho música en el coche. Escribí sobre eso hace muchos años,[10] y aún intento entenderlo. Antes que nada, conduzco. Banal, pero no tanto. He descubierto lo que mucha otra gente sabe: que el volumen que me va bien cuando conduzco suele ser demasiado alto para mis pasajeros. Sucede lo mismo cuando conduce otro: en ese caso al que conduce le va bien un volumen más alto que el que me va bien a mí. ¿Por qué? La única explicación que encuentro es que mi mente está parcialmente inmersa en las actividades relacionadas con la conducción: entre éstas, quizás más en prestar atención a la carretera que en los gestos casi automáticos que requiere la conducción. El umbral psicoacústico de la escucha podría encontrarse en un nivel más alto. Pero cada vez que llego a este punto en mi intento de explicar esta situación aparentemente simple y tan común, tengo que afrontar la vaguedad del concepto mismo en el que me estoy basando. ¿Qué significa "prestar atención"? ¿Qué es la "atención"? Bueno, por mi experiencia como conductor –que es al menos tan larga y diversa como la de oyente– y por lo que todos saben, aconsejan y enseñan sobre la conducción, sé lo que *no* significa "prestar atención a la carretera": no significa que uno tenga que escrutar a cada instante su campo visual en búsqueda de posibles motivos de peligro. Quien actúa así es que "no sabe conducir". Para ser un conductor seguro, normalmente te enseñan:

1) a mirar un punto determinado situado delante del coche, ni demasiado cerca, ni demasiado lejos; 2) a estar receptivo a cualquier tipo de señal que pueda venir de otras direcciones; 3) a poner en segundo plano los detalles que tienen que ver con las situaciones más habituales ("pero ése ¿qué hace? ¿se me está echando encima? Ah, no, se parará en el semáforo").

Un buen conductor es alguien que ha aprendido a equilibrar estos (y probablemente otros) procesos mentales: podemos llamar "atención" a cada uno de estos procesos, o al equilibrio resultante de ellos, pero sobre esto sabemos aún muy poco. Se han hecho investigaciones sobre el uso de los teléfonos móviles durante la conducción: se ha demostrado que es peligroso tener el móvil en la mano (¿alguien lo dudaba?), pero también que hacer o recibir llamadas usando los auriculares o el manos libres puede hacer aumentar el tiempo de reacción ante sucesos imprevistos. ¿Cómo? ¿Hasta qué punto? ¿Por qué razón una conversación normal (con otros pasajeros) no debería de producir el mismo efecto? ¿Y la música? Por otro lado, me pregunto si lo que llamamos "atención a la música" funciona del mismo modo, o de un modo distinto. El oyente experto (o estructural) de Adorno ¿es "un buen conductor"? O ¿no sería más bien, tal como Adorno lo describe (alguien al que "normalmente no se le escapa nada y que al mismo tiempo es capaz de darse cuenta en cada instante de lo que ha escuchado"), ese típico conductor principiante y torpe, arrollado por los estímulos, incapaz de poner en segundo plano los detalles no determinantes, incapaz de hacer dos cosas al mismo tiempo: mirar a la carretera y conducir? Apuesto que no. Pero entonces es que hay algo que no encaja, tal vez no en la descripción de Adorno, sino en la idea asociada a ella de que la atención a la música (la que distingue la escucha del oír) sea algo así como una exploración, un sondeo constante del campo acústico, comparable al que realiza el ojo en la página cuando lee una partitura. No, no es así como funciona. Pero si no es así, entonces la atención es algo distinto. Y hay distintos modos de escucha, distintas atenciones, que aprendemos a usar y a equilibrar en nuestro ambiente tan lleno de altavoces. Volviendo a la escucha automovilística, hay experiencias comunes que

muy probablemente están ligadas a estas atenciones multidimensionales y a nuestra capacidad (aprendida) de combinar actividades mentales. Hay *road songs* en las que el uso de la reverberación, del *chorusing*, del *flanging*, del Leslie y de otros efectos, y donde el tempo y otros parámetros interpretativos hacen referencia a espacios amplios, de modo que estas canciones –cuyos textos a menudo incluyen menciones a la "carretera"– sugieren el coche y la escucha automovilística (se podría decir, adornianamente) como el lugar o la actitud más adecuados. Estoy pensando en canciones como *Tougher Than the Rest* de Bruce Springsteen (*The road is dark, and it's a thin, thin line*… y precisamente en ese punto el órgano conecta el Leslie, haciendo que imaginemos espejismos en el asfalto recalentado), o *Night Ride Home* de Joni Mitchell, con el *sampler* del sonido de un grillo que pasa a intervalos regulares, como los guardarraíles o las señales de tráfico, o *Una notte in Italia* de Ivano Fossati, donde el cliché sonoro de la *road song* sugiere el auto como ambientación, aunque por el texto sabemos que está aparcado "en la cumbre del mundo" (*in cima al mondo*), y que los protagonistas de la canción están haciendo el amor. Pero estoy pensando también en las músicas que suenan como una confirmación del flujo intermitente y regular de líneas blancas en la carretera, árboles, postes, casas, como un *allegro* barroco, o en músicas que contradicen ese flujo, como un gran *adagio* romántico: ambas se encuentran entre mis preferidas para la escucha automovilística. Es cuestión de gustos, naturalmente. Pero no sin motivo.

## Una fenomenología de la escucha desatenta: escuchas tabú

Otra cosa que he podido constatar en mi trabajo radiofónico es la cantidad de personas que escuchan la radio (y música) mientras trabajan. Yo también lo hago. No cuando escribo un ensayo o un artículo. Quizás cuando escribo una carta. Muy a menudo cuando consulto una base de datos o introduzco datos, cuando maqueto un documento, cuando realizo cualquier tarea que tenga que ver con números o fórmulas. Cuando escribía programas para ordenador escuchaba música, pero no habría podido escuchar programas radiofónicos hablados. En cambio, en el periodo

en que fui presentador de un programa de Radio 3 que se emitía en horario de trabajo, me di cuenta de que cuando hablaba de temas que podían interesar a arquitectos, ilustradores, diseñadores gráficos, científicos, pintores o artesanos recibía muchas más llamadas o cartas. Quizás mi programa era demasiado pesado para escritores, poetas, maestros, filósofos o vendedores. O quizás algunas personas no pueden escuchar la radio durante el trabajo, otras sí, y no sólo los trabajadores manuales. De esto deduzco que en Italia hay trabajadores intelectuales (decenas o centenares de miles) que escuchan Radio 3 por la mañana o por la tarde, mientras trabajan; escuchan noticias, comentarios y debates, y música: música "clásica" (desde el gregoriano a las vanguardias y al postminimalismo), jazz, *world music*, cantautores, rock y pop. Todo el mundo considera habitual esta práctica. Sin embargo, cuando me toca discutir el uso que hacen los jóvenes de la música, especialmente en ámbitos académicos, si el argumento es la *popular music* o el paisaje sonoro (o la "contaminación musical"), lo primero que oigo decir a los otros participantes (que me sería difícil distinguir de la multitud de "trabajadores intelectuales que escuchan la radio" que acabo de evocar) es algo de este tenor: "¡Escuchan música mientras estudian o hacen los deberes!" "¿Habéis estado alguna vez en esas tiendas a las que suelen ir ellos, con ese volumen ensordecedor?" "Salen, se ponen los cascos, y se van por ahí, y escuchan música mientras cogen el tranvía". ¡Oh, qué vergüenza! ¡Pobres adolescentes echados a perder!

Pero lo que más me fascina es el modo en que la "atención", antes o después, se convierte en el núcleo teórico de estas afirmaciones. Quizás porque es tan difícil para los adultos (o para determinados adultos) captar la atención de los adolescentes. Así que el problema es la atención, y es también un problema musical. La música es arte (o lo era) en la medida en que se le presta atención, y el lugar canónico de este comportamiento apropiado es la sala de conciertos. Adorno es de rigor. En consecuencia, cualquier comportamiento distinto de aquél no merece siquiera ser discutido, sino para echarlo a la basura de la mala música y de la contaminación musical. Es un tabú. En ocasiones como éstas muchas veces me habría gustado

debatir sobre otro tabú, que nunca ha surgido y que estos padres musicólogos, por llamarlos de algún modo, ni siquiera se han imaginado (¿de verdad?): el hecho de que muchas personas, desde la adolescencia hasta una edad más que adulta (incluso los hijos de esos padres y –quién sabe– hasta sus propios padres), escuchan música mientras hacen el amor. Igual que los "oyentes" de los teatros de ópera italianos del siglo XVIII que durante el espectáculo se escondían en los palcos. Bien, ése es el tema. No sé si existen al respecto teorías o investigaciones específicas (como la que recientemente ha demostrado que normalmente las personas que se besan inclinan la cabeza hacia la derecha), pero estoy seguro de que existen teorías populares. Recuerdo haber oído más de una vez sentencias sobre álbumes particularmente adecuados a esa finalidad (al parecer *The Dark Side Of The Moon* de Pink Floyd es uno de los favoritos, y su reedición en formato SACD ha suscitado muchos comentarios al respecto) y las relaciones entre las implicaciones musicológicas y sexológicas de la duración de un álbum despiertan mi curiosidad: ¿quizás el rock psicodélico y el progresivo (con sus canciones y suites que duraban toda una cara) eran apreciados justamente por esto? ¿Qué significa "en realidad" *long playing*? ¿Quizás las casetes (con la función de *autoreverse*) tuvieron éxito por la misma razón? ¿Es verdad que Akio Morita (fundador y presidente de Sony) pidió que la duración máxima de un CD pudiera contener toda la *Novena* de Beethoven o tenía otras exigencias?

El humor, como siempre, sirve para oculta la incomodidad. Los esfuerzos autoanalíticos, para completar o sustituir los datos de investigación invisibles o inexistentes, en este caso tienen que entrar en zonas muy privadas. No obstante, intentaré hacerlo. Personalmente, no me gusta de manera particular tener una banda sonora mientras hago el amor. Es decir, nunca lo he pedido, a menos que no lo pidiera mi compañera. Pero me ha pasado algunas veces. Y si alguien me preguntara si en esas ocasiones estaba escuchando la música, respondería que sí. Algunas de esas ocasiones han sido experiencias de escucha muy emocionantes (ahora no hablo en broma): los recuerdos de determinadas músicas que escuché en esas circunstancias son los únicos que tengo de esas músicas, que no he vuelto a escuchar. Por lo que he

oído, es más que común que las personas recuerden o se sientan emocionalmente vinculadas a algunas piezas musicales por ese motivo, y el cliché de "nuestra canción" es la versión de este fenómeno en clave romántica.

De nuevo, desde el fondo de nuestros pensamientos emerge la cuestión de la atención. ¿De qué tipo de atención se trata, en este caso? Me han explicado que algunos músicos (o, en todo caso, personas "musicales") pueden "hacerlo" con determinados géneros musicales, pero no con otros: me ha parecido interesante que entre estos últimos, junto a ejemplos que seguramente habría podido prever (como el *Trío de cuerda* de Webern, por traerlo de nuevo a colación), algunos incluyeran "toda la música de Bach", añadiendo que en ese caso la lógica rigurosa del desarrollo contrapuntístico era tan sugestiva que les impedía interesarse por otra cosa. Aparentemente, un testimonio a favor de la tesis de que la música exige una escucha adecuada, y por lo tanto una confirmación de las teorías de Adorno, y una invitación a evitar a los oyentes estructurales como conductores y como compañeros de cama. O, quizás, una prueba de la validez de la tipología de Besseler, con el sobreentendido de que en ciertas circunstancias la escucha pasiva (típica de la música romántica) es más adecuada que el *verknüpfendes Hören*. O (¿quién puede decirlo?) la sugerencia de que para este tipo de música de fondo el oyente occidental se remite a una enciclopedia semántica basada en los clichés de la música cinematográfica; y surge la pregunta de si una escena de amor acompañada por el *Trío* de Webern o por un canon de las *Variaciones Goldberg* en una película de gran éxito podría causar un cambio súbito en las preferencias del público de los oyentes/amantes.

Y también podríamos preguntarnos si todo esto se podría aplicar a personas pertenecientes a otras culturas (a los chicos y chicas de Teherán, por ejemplo), y cuándo llegará el día en que preguntas de este tipo se puedan formular en todas partes. En el mundo hay muchos tabúes: al menos se podría empezar por aplicarles el oído.

## Notas

1 Theodor W. Adorno, *Introduzione alla sociologia della musica*, Turín: Einaudi, 1971.

2 Heinrich Besseler, “Grundfragen des musikalischen Hörens”, *Jahrbuch der Musikbibliothek Peters*, 32, 1924, pp. 35-52.

3 H. Bruhn, R. Oerter y H. Rösing, *Musikpsychologie, ein Handbuch*, Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, 1993, pp. 130-135.

4 *Ibíd.*

5 Theodor W. Adorno, *Il fido maestro sostituto*, Turín: Einaudi, 1969.

6 Theodor W. Adorno, *op. cit.* (1971), p. 7.

7 *Ibíd.*

8 *Ivi*, p. 6.

9 N. Ala, F. Fabbri, U. Fiori y E. Ghezzi, *La musica che si consuma*, Milán: Unicopli, 1985, p. 77.

10 Franco Fabbri, “Il mezzo elettroacustico, lo spazio musicale, la popular music”, en Pozzi, R. (ed.), *La musica e il suo spazio*, Milán: Unicopli, 1987; republicado en parte como “Le ‘bolle musicali’: musica e automobile”, en Franco Fabbri, *Il suono in cui viviamo*, Roma: Arcana, 2002, pp. 187-189.

## Bibliografía

ADORNO, Theodor W., *Introduzione alla sociologia della musica*, Turín: Einaudi, 1971 (ed. orig. *Einleitung in die Musiksoziologie. Zwölf theoretische Vorlesungen*, Fráncfort: Suhrkamp Verlag, 1962).

——— *Il fido maestro sostituto*, Turín: Einaudi, 1969 (ed. orig.: *Der getreue Korrepetitor*, Fráncfort: Suhrkamp Verlag, 1963).

ALA, N., FABBRI, F., FIORI, U., GHEZZI, E., *La musica che si consuma*, Milán: Unicopli, 1985.

BESSELER, Heinrich, “Grundfragen des musikalischen Hörens”, *Jahrbuch der Musikbibliothek Peters*, 32, 1924, pp. 35-52.

BRUHN, H., OERTER, R., RÖSING, H., *Musikpsychologie, ein Handbuch*, Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, 1993.

FABBRI, Franco, “Il mezzo elettroacustico, lo spazio musicale, la popular music”, en POZZI, R. (ed.), *La musica e il suo spazio*, Milán: Unicopli, 1987.

——— *Il suono in cui viviamo*, Roma: Arcana, 2002.

# MÚSICA PROGRAMADA Y POLÍTICAS DEL ESPACIO PÚBLICO

Jonathan Sterne
Universidad McGill (Canadá)

*He tenido una pesadilla: el hombre que inventó la muzak inventaba otra cosa.*
*Lily Tomlin*

A principios de los noventa los radares de la prensa norteamericana detectaron un curioso fenómeno. Tiendas 24 horas e incluso distritos comerciales enteros empezaron a emitir música programada –más conocida por su nombre corporativo, Muzak– hacia el exterior: en aparcamientos, accesos, parques contiguos. Durante décadas, la música de fondo, el *easy listening* de Mantovani y una legión de imitadores, era fácil de identificar como el típico sonido de ciertos interiores: ascensores, supermercados, tiendas 24 horas y sistemas de espera telefónica. Ahora, como parte de una nueva estrategia de gestión empresarial, este sonido fluía también hacia afuera. Las primeras noticias describían a un grupo de jefes y dueños de tiendas que habían recurrido a esta música en un intento de echar a los grupos de jóvenes que holgazaneaban alrededor de sus comercios:

> *Según una versión, los dueños de una tienda intentaron en principio echar a los jóvenes con música clásica, pero no pudieron encontrar nada "enlatado" de Beethoven. Así que optaron por el* easy listening *–lo que uno de ellos definió como "disuasión musical no agresiva"– y empezaron a atronar a los jóvenes con versiones "ligeras" de hits de los Rolling Stones y otras canciones de rock... Música de ascensores. Música de fondo. El caso es que los adolescentes encontraron estos sonidos tan ofensivos que se largaron a otras partes de la ciudad.*[1]

Poco después de la exitosa experiencia de un 7-Eleven de Edmonton, otros comercios se unieron para inundar con *muzak* un parque de la ciudad con la intención de expulsar a "los traficantes de drogas y a sus clientes. La policía declaró que el tráfico había descendido drásticamente".[2] Hacia el final del 1990, el *New York Times* destacaba este nuevo uso de la música programada como uno de los

eventos más importantes del año.[3] Luego de sendos periodos de prueba en el oeste de Canadá, el noroeste de la costa del Pacífico y los suburbios de Los Ángeles, en 1990 y 1991, la Southland Corporation instaló altavoces que emitían *muzak* en los aparcamientos de todos sus 7-Eleven de Canadá y los Estados Unidos. Poco después, la dirección de la terminal de autobuses de Nueva York se sumó al uso de música programada para disuadir a los holgazanes. Hacia 1992 esto se había convertido en una táctica común:

> *Un grupo de comerciantes de Cincinnati se encuentra entre los nuevos clientes que emiten* muzak *desde sus tiendas hacia las calles para repeler a adolescentes y vagabundos. "Tratamos de cortar con los grupos de jóvenes", dice Robert Howard, presidente del Consejo Comunitario de Corryville. Estudiantes de instituto, patinadores y vagabundos se reúnen en manadas en el barrio universitario, puntualiza. Estos grupos llegan a ser tan populosos en verano que en ocasiones los autos no pueden pasar. De modo que los comerciantes de Corryville instalaron altavoces a lo largo de tres manzanas de la zona comercial, inundando las calles con* muzak *y Mozart. La música resultó ser un repelente efectivo, aunque quizás el frío ayude al Barry Manilow regrabado a alejar a los holgazanes. Al mismo tiempo, la música parece haber animado a potenciales compradores. Scott Snow, dueño de Bearcat Bob's Sports Bar, dice que "hay entre un 97 y un 98 por ciento de aceptación entre los clientes".*[4]

Cada caso es diferente, pero todas las historias tienen características comunes. Cierta tienda, esquina o zona abierta de una ciudad atrae a grandes grupos de personas. Los comercios de la zona encuentran indeseable a esa gente porque consideran que aleja a la clientela. Entonces instalan un servicio de música programada de *easy listening* o música clásica ligera y los grupos se disipan, evidentemente porque la *muzak* convierte ese espacio en poco hospitalario para ellos.

A lo largo de su historia, los servicios de música programada como Muzak han formado parte de una economía de segundo orden. Usan música conocida –música que ya ha circulado por otros medios en forma de producto– para diseñar las dimensiones acústicas de los espacios y las experiencias de los oyentes. Para que funcione, la música programada necesita de esa circulación previa. Ya sea el remanido ejemplo de la versión de 101 Strings de una canción de los Beatles en

un ascensor o el más actual de Natalie Imbruglia en un Starbucks (o, para el caso, Nat King Cole cuando se acercan las Navidades), la música programada siempre opera a partir de la certeza de que la canción ya es familiar para la gente. Este ensayo analiza el uso de música programada para alejar a la gente. Llamaré a este nuevo uso "disuasión musical no agresiva" (siguiendo las palabras del anónimo directivo anteriormente citado) y usaré este caso destacado para replantear algunas cuestiones clave acerca del control y el diseño de los espacios públicos, especialmente en su aspecto acústico.

Estas cuestiones tienen una larga historia; sería interesante recordar la invención del espacio sonoro "privado", ya que el espacio sonoro público se define en oposición a aquél. La idea de que las personas puedan tener su espacio sonoro "propio" se remonta a la aparición de profesiones de clase media como la medicina y la telegrafía eléctrica en el siglo XIX, en Europa y Norteamérica. Ya en 1810, los manuales de uso del estetoscopio recomendaban a los médicos escuchar como si estuvieran en su espacio sonoro privado. Los primeros estetoscopios eran monoaurales, luego se desarrollaron los biaurales para que el profesional pudiera escuchar con ambos oídos bloqueando al mismo tiempo los ruidos del medio en el que se encontrara. Esto no sólo ayudaba a efectuar el diagnóstico, sino también a que los médicos de esa época se distinguieran de sus pacientes, generalmente de clase social más baja. Bloquear el ruido de la habitación para concentrase en los sonidos interiores del cuerpo del paciente era una manera más de despersonalizarlo, de hacerlo menos un ser humano y más un conjunto de síntomas a analizar. Los operadores del telégrafo eléctrico, otro grupo de profesionales aspirantes a la clase media, aprendieron rápidamente a bloquear el ruido ambiente para concentrarse en los sonidos de sus instrumentos, llegando a ser capaces de transcribir sus mensajes sin "leer" los impresos. Las primeras tecnologías de reproducción de sonido, como los tubos para escuchar de los fonógrafos cilíndricos, siguieron un desarrollo similar al de los estetoscopios biaurales, y las primeras cabinas telefónicas –por ejemplo– fueron pensadas para usarse *dentro* de las oficinas y otros entornos ruidosos, para

aislar al usuario del sonido ambiente.[5]

Uno puede también observar la larga historia de quejas y reclamos por ruidos molestos. Aunque las quejas por ruidos de las que se tiene noticia se remontan casi a los inicios de la historia escrita, la naturaleza del ruido –especialmente el ruido urbano– empezó a cambiar en el siglo XIX y más aún en el XX. Escritores victorianos como Thomas Carlyle cargaron contra la música callejera porque interfería en su trabajo. Carlyle contrató a unos albañiles para que le construyeran un estudio acústicamente aislado que lo separara del ruido de la calle (aunque al parecer no hicieron un buen trabajo). Otros escritores, como Charles Babbage, se manifestaron abiertamente contra el ruido de la ciudad, especialmente contra los organilleros y otros artistas callejeros. John Picker sostiene que los escritores victorianos –en sintonía con aquellos médicos que intentaban distanciarse de sus pacientes– no dirigían sus diatribas contra todos los ruidos de la calle, sino que se ensañaban especialmente con los producidos por las clases bajas.[6]

Tanto Emily Thompson como Karin Bijsterveld han observado que la naturaleza del ruido urbano cambió a comienzos del siglo XX. Thompson escribió que Nueva York era famosa por su cacofonía y que hacia 1929 la mayoría de las quejas acerca del ruido urbano se referían a "invenciones de la era de las máquinas". Una respuesta a estas quejas fue la construcción de edificios que aislaran acústicamente a sus habitantes de las ruidosas calles. Bijsterveld, por su parte, ha demostrado que la naturaleza del ruido empezó a ser considerada de otra forma con el advenimiento de las tecnologías de reproducción de sonido y las ideas de las vanguardias sobre la forma y el contenido de la música.[7]

Desde su temprana y amplia aceptación comercial como una alternativa a las fonolas en los años treinta, la música programada operó con estas lógicas culturales contradictorias. Por un lado, era un intento de estampar en un espacio sonoro la firma de su dueño. Políticamente, éste sería el equivalente de los cantos de los pájaros o del marcado de territorio que hacen los gatos. Cuando la música programada ocupa un espacio, demarca acústicamente un adentro y un afuera, y la

compañía que paga por este servicio está estableciendo y dando consistencia a su territorio. Por otro lado, la *muzak* es particularmente famosa por sus intentos de regular minuciosamente el comportamiento y el movimiento humano dentro del espacio que musicaliza. Basándose en estudios efectuados en fábricas de armamento británicas que demostraban que los operarios elaboraban bombas más rápido si estaban escuchando música, el gobierno norteamericano contrató a la empresa Muzak para que le proveyera de una banda sonora para su industria bélica. La música programada ha sido usada también para aliviar a los oyentes de otros ruidos. Del continuo murmullo de los restaurantes, por ejemplo, o del sonido del torno del dentista.

La disuasión musical no agresiva modifica estas funciones históricas de la música programada. Como una forma de ruido blanco urbano, instrumentaliza el gusto musical para alejar a la gente, y al hacerlo crea también un adentro y un afuera. Si antes el aparcamiento estaba "fuera" de la tienda, la disuasión musical no agresiva avisa de que ahora está "dentro", que es parte de la tienda. Toma un espacio que está entre lo público y lo privado y lo convierte en privado. En la mente de los dueños de las tiendas, la música programada usada de esta forma ayudaría a cubrir el tumulto de la diferencia social, al limitar la interacción entre la clientela deseada y las personas que podrían incomodarla, sean éstos adolescentes, personas sin techo u otros. En cierta manera, la disuasión musical no agresiva podría parecer una solución esencialmente amable a la presencia de gente que las tiendas o las autoridades municipales consideran indeseables, pues básicamente consiste en expulsarlos al hacer menos placentero el lugar que ocupan. Es una táctica muy sencilla, y de hecho es parte de la larga tradición de una corriente de diseño urbano denominada "prevención del delito a través del diseño ambiental" (en inglés CPTED, por *Crime Prevention Through Environmental Design*; también conocida como "espacio defensivo"). De acuerdo con la CPTED, uno puede hacer que un entorno abierto sea menos proclive al delito oportunista controlando aspectos como la iluminación, la señalización, la arborización y parámetros similares. La CPTED

también intenta que en un entorno dado cierto tipo de gente (la que una institución *quiere*) se sienta más segura y que otro tipo de gente se sienta incómoda. Ejemplos de manual de la CPTED son: quitar los arbustos alrededor de los aparcamientos e instalar iluminación brillante para que la gente se sienta más segura cuando se dirige a su auto de noche; aumentar la señalización dentro y alrededor de una universidad para aumentar la sensación de que es una institución poderosa, e incluso esas barras que cruzan los bancos de las paradas de autobuses para que nadie pueda acostarse (y dormir) en ellos.[8] La disuasión musical no agresiva extiende las premisas de la CPTED al terreno acústico. Maneja el espacio urbano para crear una sensación de seguridad y control en sus habitantes selectos.

Si damos crédito a la literatura existente acerca de la música programada, la disuasión musical no agresiva consigue su objetivo porque para cierta gente Mantovani-en-el-aparcamiento-de-la-tienda-24-horas será un agradable gesto de bienvenida, mientras que otra clase de gente lo encontrará hostil y agresivo. Obviamente, se supone que complacerá a las personas dispuestas a comprar en la tienda y alejará a los grupos de adolescentes u otros indeseables. Y obviamente también, no siempre será así. Como en el caso de la iluminación de los aparcamientos, el diseño de los bancos o la ubicación de los arbustos, la disuasión musical no agresiva sigue la ley del promedio. Todas estas estrategias implican, para que valga la pena aplicarlas, la suposición de que funcionarán suficientemente bien para la mayoría de la gente la mayor parte del tiempo.

El nombre mismo, "prevención del delito a través del diseño ambiental", ya nos inspira una pregunta crucial: ¿Hay que considerar delincuentes, o delincuentes potenciales, a la gente que se agrupa en los aparcamientos de las tiendas 24 horas, a los patinadores que se reúnen en las fuentes públicas o a los sin techo apostados frente a los locales de comida rápida? No están haciendo nada ilegal por el simple hecho de estar ahí. Sin embargo, los artículos que describen la disuasión musical no agresiva no distinguen realmente entre adolescentes que disponen de mucho tiempo (y poco dinero) y otras actividades efectivamente delictivas. Es más, los adolescentes,

los traficantes de droga, los sin techo, los trabajadores del sexo y la población no blanca o pobre son agrupados como el blanco de tiro de la nueva *muzak*.

Aparentemente, los comerciantes que usan la disuasión musical no agresiva no consideran a los adolescentes como clientes potenciales, ya que prefieren mantenerlos lejos. Un artículo que comparaba el uso que Corryville hacía de la música programada con una ordenanza de Indianápolis que prohibía patinar en una zona de comercios de alta gama describía a los indeseables como "adolescentes con el pelo naranja y aros en la nariz, muchos en *skateboard* y pocos con dinero para gastar".[9] Las autoridades de Minneapolis, por su parte, describieron a los jóvenes que se reunían en el Bloque "E" de la ciudad como los responsables de "incómodos encuentros" con los adultos consumidores que se dirigían a eventos en el centro: "Los adultos no se sienten seguros si tienen que pasar junto a un grupo de 50 o 60 jóvenes que holgazanean".[10] Hay una variable aquí que no se nombra: la raza. Uno se pregunta si los grupos de adultos que holgazanean un par de manzanas más arriba recibirían el mismo tratamiento. Al menos en el ejemplo del Bloque "E" de Minneapolis, los jóvenes son generalmente afroamericanos, y los adultos son generalmente blancos.

En contraste, sólo un par de estas notas de prensa mencionan directamente el delito como un problema. El uso de *muzak* en Toronto siguió a una ola de violencia en el metro. En Dallas un McDonald's que comenzó a emitir música clásica había sido previamente el escenario de 115 arrestos anuales (lo que, estrictamente hablando, no es evidencia de delito sino de actividad policial). En Minneapolis un centro comercial musicalizó un aparcamiento situado al otro lado de la calle que había sido escenario de actos de vandalismo contra los coches. Una tienda de Houston informaba de que había sido víctima de grafitis de pandillas hasta que instalaron un reproductor de CD y unos altavoces en la puerta. Aun en estos casos, estamos lejos de la clara ilegalidad. Un informe sobre Dallas se refería vagamente a gente "callejera" y "problemática".[11] Otra noticia sobre el mismo suceso hacía explícita mención de tráfico de *crack*, incitación al desorden y disparos contra un

oficial de policía. Aunque el autor describe dicho McDonald's como "la prueba número uno por la que una persona normal no volvería a pisar el centro de la ciudad", es cuidadoso en el reparto de responsabilidades: "No se puede culpar al McDonald's de toda esta vida callejera caótica e incluso letal cuando docenas de líneas de autobús convergen a poca distancia de sus puertas de cristal y la cercanía de la estación Greyhound es una fuente de problemas".[12] Aquí la raza y la clase son concebidas como resbaladizas pendientes hacia el crimen: por lo que parece, la gente "normal" en Dallas tiene coche y puede evitar las terminales de autobuses. La comida rápida es inocente, pero el transporte público es responsable de los miedos de la clase media en esa zona.

Detrás de estas discusiones se esconde toda una famosa teoría de los barrios promovida por Wesley Skogan: los signos de "decadencia" o "ruina" en un vecindario contribuyen a su declive.[13] Skogan pensaba en cosas como los grafitis y las ventanas rotas. Si los grafitis no se borran o las ventanas rotas no se reparan, argumentaba, en el barrio pronto aparecerán formas más serias de delito. Aunque el argumento de Skogan no se dirigía a la juventud ociosa ni a los sin techo, esa misma lógica inspira el uso de la disuasión musical no agresiva: la gente "respetable" tenderá menos a ocupar un espacio si éste está plagado de adolescentes con el pelo rosa y gente de la calle. O, para decirlo más francamente, la disuasión musical no agresiva se basa en la convicción de que la gente –especialmente las clases medias y altas– no debería encontrarse con otra gente de nivel social más bajo en sus desplazamientos cotidianos o ratos de ocio. La disuasión musical no agresiva se diseña para combatir la percepción de los lugares abiertos como espacios de usos compartidos y sentidos múltiples. De esta manera, la música programada en espacios abiertos es un intento de codificarlos, sobre todo en términos de clase social, raza y edad.

Muchos autores, desde teóricos de "lo público" a críticos de la geografía, han condenado esta polarización clasista del espacio público. Todos estos escritores señalan una serie de asuntos. La historia del espacio público norteamericano es la de su desaparición relativa a partir de la creciente edificación de suburbios, primero

en los años veinte y luego ya más seriamente en los cincuenta (lo que no quiere decir que la suburbanización haya empezado en los veinte, ya que es un proceso mucho más antiguo). De todas maneras, en años recientes la clase media norteamericana ha empezado a anhelar algunas dimensiones perdidas de la experiencia urbana. Una respuesta a este anhelo ha sido crear facsímiles de la experiencia urbana en los centros suburbanos, centros comerciales y otros paisajes no urbanos de clase media. Otra ha sido reconstruir espacios urbanos mediante la elitización residencial, recreando en esencia algunas dimensiones de la experiencia ciudadana, pero importando al espacio de la ciudad la segregación por raza y clase propia de la vida suburbana. Una tercera respuesta ha sido el nuevo urbanismo, que busca crear barrios vitales, de usos múltiples, y ofrece una versión no tan dura de la elitización residencial. Como estrategia espacial, la disuasión musical no agresiva encaja en el segundo y en el tercero de los enfoques: en el espacio abierto, la disuasión musical no agresiva se ocupa de organizar el espacio urbano en una forma que, en la medida de lo posible, reduzca las posibilidades de encuentros entre distintas clases sociales –especialmente esos encuentros en los que la gente que ha salido a comprar se topa con la gente que no puede permitirse salir de compras–. Mientras la CPTED intenta reforzar la ley y la sensación de seguridad, la disuasión musical no agresiva tiene más que ver con construir una zona confortable para que la clase media vaya de paseo. En definitiva, las tiendas y los municipios usan la disuasión musical no agresiva para ayudar a reducir los encuentros entre diferentes clases sociales en aparcamientos, aceras y centros urbanos. Se trata de convertir espacios de usos múltiples en espacios de un solo uso.

Uno puede incluso llegar a interpretar la disuasión musical no agresiva como una suerte de guerra psicológica de baja intensidad contra las personas que los comercios o los municipios quieren dispersar. Sin contar el artículo sobre Dallas citado más arriba, notablemente incendiario, la retórica bélica y el subtexto de lucha de clases subyacen en varios reportajes sobre la disuasión musical no agresiva. El uso de *muzak* por parte de los comerciantes se ha comparado insistentemente con el uso

de rock a volumen brutal por parte de los Estados Unidos en su asedio a Manuel Noriega y, posteriormente, a David Koresh. La guerra del ruido se ha convertido en otra de las estrategias psicológicas usadas por el ejército norteamericano. Aparte de los conocidísimos casos de Noriega y Koresh, el ejército norteamericano ha usado esta estrategia antes de atacar a las tropas iraquíes en las dos Guerras del Golfo. El paralelismo es difícil de soslayar.

En tanto nuevo uso de una de las más viejas formas de *muzak*, la disuasión musical no agresiva marca un momento especial en la historia del diseño urbanístico. Un momento caracterizado por una profunda ambivalencia. Por un lado, un fuerte anhelo por ciertas variedades de la experiencia urbana, especialmente una nostalgia de los paseos por la ciudad, de la figura del *flâneur*, de todas esas metáforas de movimiento a través del espacio urbano que pueblan la literatura sobre las ciudades de los últimos treinta años. Por otro lado, una gran ansiedad por ampliar las barreras entre los prósperos y los pobres, entre los jóvenes y los viejos, entre el ocio que incluye consumo y las otras formas de ocio. La disuasión musical no agresiva facilita una forma de experiencia urbana decorada con nostálgicos adornos de un periodo lejano. Pero, como todas las nostalgias, corrige el pasado para que encaje en una fantasía; en este caso, la fantasía de que la única diferencia social significativa es la de los gustos en el consumo. Es, sobre todo, un intento de enmascarar las muy reales diferencias sociales que actualmente sacuden nuestras ciudades y nuestros suburbios, y pueblan nuestros espacios públicos. Detrás de la disuasión musical no agresiva hay una agresividad muy real hacia los pobres, los jóvenes y todos los "no consumidores". Se trata de sacar a esta gente de delante de los espacios de consumo.

Sea cual sea su significado político, la música programada no siempre funciona; y en el caso de que funcione sería muy difícil constatarlo sin una estrategia que la aísle de otras variables ambientales. Algunas noticias sobre el éxito de la *muzak* han sido exageradas. En Dallas, por ejemplo, la policía rápidamente atribuyó el descenso de delitos a un rediseño de las rutas de autobuses junto con otros factores ambientales, como el vallado del aparcamiento de enfrente del McDonald's, que

impedía que la gente cruzara por mitad de la calle.[14] La *muzak* en el metro de Toronto fue acompañada de otras medidas de seguridad más convencionales, como cámaras de vídeo y patrullas regulares. Pero la cuestión no es si la *muzak* "funciona", la cuestión es por qué se la pone ahí. Este ensayo ha argumentado que la disuasión musical no agresiva es una forma de consumo de segundo orden, un intento de manejar los espacios abiertos y/o públicos de las ciudades para hacerlos más hospitalarios para el tipo de consumidores que las tiendas y los municipios esperan atraer. En este proceso, la disuasión musical no agresiva se ha convertido también en un arma usada en una guerra social de baja intensidad, que intenta reproducir cierta apariencia de experiencia urbana cosmopolita mientras limita la interacción entre extraños de diferentes estratos sociales, al menos en los espacios abiertos. La *muzak* es una forma de arquitectura o diseño sonoro y, como todas las formas de diseño, se crea y se utiliza teniendo en cuenta una estética específica y un propósito social concreto.

Sería fácil concluir este ensayo desacreditando la invasión de música programada en los espacios públicos y pronunciándose en favor de formas más auténticas de interacción social. Sin embargo, esto sería poco sincero. No sería adecuado que una crítica al diseño urbanístico que ayuda a mantener la desigualdad social termine en un ataque al diseño urbanístico o a la arquitectura en cuanto tales. Lo lógico sería que se pronunciase por diseños mejores y más igualitarios. Si esto es cierto para la arquitectura y la planificación urbana, también lo es para el diseño de los medios de comunicación: la tecnología y el diseño son aspectos definitorios del paisaje humano. Necesitamos formas de diseño de medios urbanos mejores y más igualitarias. Como escribió Emily Thompson, el diseño sonoro es una de las dimensiones perdidas de la historia de la arquitectura, aunque está probado que las acústicas arquitectónicas son esenciales no sólo para la experiencia de la música del siglo XX, sino también para la experiencia del trabajo y del ocio de las clases medias.[15] Por cierto, hay una larga línea de académicos, entre los cuales destacan R. Murray Schafer y Barry Truax, que demandan más atención a los diseños acústicos de nuestros entornos vitales.[16]

Si este artículo ha demostrado algo, es que esas demandas de mejores diseños acústicos no son simplemente estéticas; también tienen una insoslayable dimensión política y ética. El diseño del espacio sonoro, como el diseño del espacio urbano, es al mismo tiempo una cuestión de experiencia sensorial *y* una cuestión de justicia.

## Notas

1 Diane, White, "Mantovani Clears the Mall", en *Boston Globe*, 1 de septiembre de 1990.

2 Ned Zemen y Lucy Howard Zemen, "Let's Split", en *Newsweek*, 20 de agosto de 1990.

3 Jan Stanley Benzel y Alessandra Stanley Benzel, "1990: The Agony and the Ecstasy", en *New York Times*, 30 de diciembre de 1990.

4 Valerie Reitman, "Muzak Once Again Call the Tine in Retailers' War on the Unwanted", en *Wall Street Journal*, 1992.

5 Para profundizar en este y otros ejemplos del desarrollo del espacio sonoro privado, véanse los capítulos 2 y 3 de mi texto *The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction* (Durham: Duke University Press, 2003).

6 Para una maravillosa narración de la respuesta de los escritores victorianos al ruido urbano, cfr. *The Victorian Soundscape* de John Picker (Nueva York: Oxford University Press, 2003).

7 Emily Thompson, *The Soundscape of Modernity: Architectural Acoustics and the Culture of Listening in America, 1900-1933*, Cambridge: MIT Press, 2002, pp. 115-117, 144-147; Karin Bijsterveld, "A Servile Imitation: Disputes about Machines in Music, 1910-1930", en Hans Joachim Braun (ed.), *Music and Technology in the 20th Century* (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2000); y "'The City of Din': Decibels, Noise and Neighbors in the Netherlands, 1910-1980", *Osiris*, 18, pp. 173-193.

8 Carrie Rentschler, "Designing Fear: Environmental Security and Violence Against Women", en *Cultural Studies: A Research Annual*, 5, 2000.

9 Will Higgins, "Ohio Merchants Aim Muzak at Skateboarders", en *Indianapolis News*, 19 de julio de 1995.

10 Doug Grow, "City Turns to Classical Tunes to Keep Tunes Off Block E", en *Minneapolis Star Tribune*, 3 de marzo de 1995.

11 Janine Zuniga, "McDonald's in Dallas Gives Thugs the Bach", en *Austin American Statesman*, 25 de abril de 1996.

12 Thomas Korosec, "Mcfugue, No Cheese: Beethoven an the Dead European Males Clean up a Notorious Street Corner", en *Dallas Observer*, 24 de abril de 1997, B1.

13 Wesley Skogan, *Disorder and Decline: Crime and the Spiral of Decay in American Neighborhoods*, Nueva York: The Free Press, 1990.

14 Thomas Korosec, *op. cit.*

15 Emily Thompson, *op. cit.*

16 Aunque disiento de estos autores sobre la naturaleza del buen diseño (ellos son de orientación naturalista y yo no), estamos de acuerdo en su importancia. Cfr. R. Murray Schafer, *The Soundscape: Our Sonic Environment and the Tuning of the World*, Rochester: Destiny Books, 1994; Barry Truax, *Acoustic Communication*, Norwood: Ablex, 1984.

## Bibliografía

BIJSTERVELD, Karin, "A Servile Imitation: Disputes about Machines in Music, 1910-1930", en BRAUN, Hans Joachim (ed.), *Music and Technology in the 20th Century,* Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2000.

——— "'The City of Din': Decibels, Noise and Neighbors in the Netherlands, 1910-1980", *Osiris*, 18, pp. 173-193.

GROW, Doug, "City Turns to Classical Tunes to Keep Tunes Off Block E", en *Minneapolis Star Tribune*, 3 de marzo de 1995.

HIGGINS, Will, "Ohio Merchants Aim Muzak at Skateboarders", en *Indianapolis News*, 19 de julio de 1995.

KOROSEC, Thomas, "Mcfugue, No Cheese: Beethoven an the Dead European Males Clean up a Notorious Street Corner", en *Dallas Observer*, 24 de abril de 1997, B1.

PICKER, John, *The Victorian Soundscape*, Nueva York: Oxford University Press, 2003.

REITMAN, Valerie, "Muzak Once Again Call the Tine in Retailers' War on the Unwanted", en *Wall Street Journal*, 1992.

RENTSCHLER, Carrie, "Designing Fear: Environmental Security and Violence Against Women", en *Cultural Studies: A Research Annual*, 5, 2000.

SCHAFER, R. Murray, *The Soundscape: Our Sonic Environment and the Tuning of the World*, Rochester: Destiny Books, 1994.

SKOGAN, Wesley, *Disorder and Decline: Crime and the Spiral of Decay in American Neighborhoods*, Nueva York: The Free Press, 1990.

STANLEY BENZEL, Jan y STANLEY BENZEL, Alessandra, "1990: The Agony and the Ecstasy", en *New York Times*, 30 de diciembre de 1990.

STERNE, Jonathan, *The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction*, Durham: Duke University Press, 2003.

THOMPSON, Emily, *The Soundscape of Modernity: Architectural Acoustics and the Culture of Listening in America, 1900-1933*, Cambridge: MIT Press, 2002.

TRUAX, Barry, *Acoustic Communication*, Norwood: Ablex, 1984.

WHITE, Diane, "Mantovani Clears the Mall", en *Boston Globe*, 1 de septiembre de 1990.

ZEMEN, Ned y ZEMEN, Lucy Howard, "Let's Split", en *Newsweek*, 20 de agosto de 1990.

ZUNIGA, Janine, "McDonald's in Dallas Gives Thugs the Bach", en *Austin American Statesman*, 25 de abril de 1996.

# ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LAS MÚSICAS AMBIENTALES EN CONTEXTOS FESTIVOS

Josep Martí
Institución Milà i Fontanals (CSIC), Barcelona

El principal objetivo que nos proponemos en esta conferencia es explorar la dimensión festiva de las músicas ambientales. Está claro que la música ambiental no se escucha sólo dentro de dinámicas festivas y que gran parte de las manifestaciones musicales que se producen en un contexto festivo no son músicas ambientales. Pero evidentemente podemos establecer algún tipo de relación entre música ambiental y fiesta, y esta relación posiblemente nos ayudará a entender algo más sobre la naturaleza de las músicas ambientales, al margen de la situación en que se produzcan.

Cuando hablamos de contextos festivos, a diferencia de otros ámbitos más "serios" de las actividades humanas, como pueden ser, por ejemplo, los relacionados con el trabajo o la salud, nos parece perfectamente lógica la presencia de manifestaciones musicales. Tenemos música para bailar, tenemos conciertos, tenemos espectáculos de folclore con música y danza. Pero un hecho en el que pensamos menos cuando reflexionamos sobre el mundo de la fiesta es el uso que en ella se hace de las músicas ambientales. Recordemos que por música ambiental se entiende la música programada no con la finalidad de constituir el punto central de atención del oyente, sino sencillamente con la de proporcionar un ambiente o fondo sonoro; estas músicas tienen la finalidad de acompañar una actividad cualquiera. Se trata sencillamente de aquellas músicas que, en principio, no sirven para bailar, no se ejecutan de forma ritualizada, ni están pensadas para la escucha contemplativa como, en cambio, es el caso de los conciertos o recitales. Son músicas pensadas para ser oídas pero no para ser escuchadas y, por esta razón, son percibidas de forma intermitente por los agentes sociales. Vale la pena reflexionar sobre las músicas ambientales y la fiesta. Por un lado, porque esto nos permitirá conocer mejor la vertiente musical de las

dinámicas festivas. Por otro, porque a través de estas reflexiones podemos también entender mejor cuáles son las diferentes funciones que cumple la música ambiental, objeto central de esta conferencia.

Para empezar debemos tener en cuenta que en el caso de las músicas ambientales lo que constatamos es un cierto difuminado de las fronteras entre el ruido y lo que llamamos música, un hecho que se presenta de manera mucho más marcada en el caso de las celebraciones festivas. Ya sabemos que la frontera que separa lo que podemos considerar ruido de lo que entendemos por música es cultural. Sólo desde la perspectiva de la física acústica no se puede distinguir adecuadamente entre ruido y música; sin lugar a dudas, hay que tener en cuenta la intención.[1] Las músicas ambientales es muy fácil que pronto dejen de percibirse como música para pasar a engrosar la categoría de ruidos. Esto es especialmente evidente en los casos en que podemos hablar de "hechos musicales impuestos",[2] es decir, cuando se trata de músicas que circulan libremente por calles y espacios cerrados de las poblaciones y que, al escapar al control de las personas que las tienen que oír, forman parte también de la polución acústica de la ciudad. La opinión expresada por una lectora del periódico *La Vanguardia* de Barcelona es muy clara al respecto:

> *Por lo que veo a mi alrededor, la música ambiental se considera un incordio y una vulneración de los derechos civiles. Somos muchos los que pensamos que este uso de la megafonía del metro es indignante. Me atrevería a decir que a mucha gente le da igual si hay música o no. ¿Creen quizás que así van a conseguir la aceptación de los usuarios en vez de hacer otras mejoras necesarias? Los momentos para disfrutar de la música los escoge uno mismo. El resto es ruido.*[3]

Sin duda estos datos son de gran interés para los situacionalistas. Nos dicen claramente que la situación determina la percepción de una determinada manifestación cultural, en nuestro caso musical. John Cage afirmaba que "[t]odo ruido, así me lo parece, contiene el potencial de convertirse en musical simplemente por hacerlo aparecer en una obra musical".[4] Y esto es muy cierto. Lo vemos por ejemplo en la obra musical del propio Cage, o en los motores de helicópteros que Stockhausen incluyó en una composición para cuarteto de cuerdas o en general

en las composiciones de música concreta. Así pues, ya no parece tan válida la idea generalizada de que la diferencia entre ruido y música radica en el hecho de que la música tiene sonidos bien definidos e identificables, posee ritmo y una cualidad placentera.[5] En todos estos casos, evidentemente, la palabra clave es intencionalidad. Pero si tenemos en cuenta la situacionalidad, también podemos darle la vuelta a la afirmación de John Cage que acabamos de citar: toda música contiene el potencial de ser percibida como ruido, dependiendo del contexto en que se oiga. A nivel analítico, fijándonos en la partitura podemos determinar qué hay que considerar música y qué hay que considerar ruido. Sin embargo, en ciertos niveles perceptuales esta distinción realizada en base a la partitura pierde sentido.

Esta característica de las músicas ambientales, el hecho de que se puedan percibir fácilmente como ruido, nos permite articular ya una primera relación entre músicas ambientales y fiesta, porque precisamente el ruido constituye una categoría que asociamos estrechamente con el mundo de la fiesta.

Es bastante habitual que los bares y cafeterías recurran al uso de música de fondo para ambientar el local. En muchos casos no se trata de un fondo musical debidamente programado servido por empresas del sector, sino que lo que se oye a través de los altavoces es simplemente el programa musical de una emisora de radio sintonizada a un volumen más o menos bajo. En estos casos es fácil constatar que el sonido de la radio se mezcla con los ruidos del local de manera que –a diferencia de los bares llamados *musicales*– lo que se escucha a través de los altavoces es un todo amorfo que resulta más apropiado calificar como *barullo acústico* que como música. La música transmitida por la radio no resulta nada fácil de seguir y lo que dicen los locutores es prácticamente ininteligible. Casi todos estaríamos de acuerdo en calificar lo que se oye en esta situación más bien de *ruido* que de *música*. Pero si los propietarios de los locales se decantan por esta opción es porque a pesar de todo el resultado de este *ruido* no les parece negativo. El fondo sonoro que se mueve entre las categorías de *música* y *barullo acústico* confiere al lugar una sensación de movimiento, de bullicio. De este modo, aunque el local pueda estar relativamente

vacío, el cliente tiene la sensación de encontrarse en un bar que *funciona*, a diferencia de otro local donde reine un silencio deprimente debido a la escasa clientela y a la ausencia de cualquier tipo de ambientación sonora. Y es que el ruido tiene sin duda una dimensión festiva. Tal como escribía José Jorge de Carvalho, haciendo referencia al uso de potentes amplificadores en las calles durante el carnaval de Salvador en Brasil,

> *aquí la amplificación no hace nada más que materializar la fantasía carnavalesca cultivada desde el final de la Edad Media: siempre se espera que el carnaval sea una fiesta colorida, caótica y sobre todo ruidosa.*[6]

En el contexto festivo el ruido no es negativo, todo lo contrario. El ruido, por mucho que les pese a algunos, es socialmente percibido como una manifestación de vida.

No resulta demasiado difícil constatar el uso del ruido –disfrazado de ambientación musical– en las fiestas mayores de nuestras localidades. Para aclarar este punto sólo hace falta pasearnos entre las instalaciones de las atracciones de feria tan habituales en las fiestas mayores. De la misma manera que en estos recintos se recurre al colorido y a una iluminación estridente para dar a los visitantes la impresión de que se encuentran en un mundo que no tiene nada que ver con la grisura de su vida cotidiana, los altavoces transmiten músicas consideradas jóvenes, preferentemente de carácter instrumental o con textos que resulten ininteligibles si la música es también vocal. Y, sobre todo, estas músicas ambientales se presentan con una gran potencia sonora. Es muy posible que las músicas que se escuchan a través de los altavoces en estas ocasiones no tengan connotaciones semánticas tan claras como las que encontramos en las ambientaciones musicales en que se pueden oír, por ejemplo, músicas de calendario –como los villancicos– o músicas con sabor local y por tanto de carácter etnicitario. Pero aun así también podemos hablar de una clara *articulación*[7] de estas músicas de feria con el ambiente en que se producen. Nos remiten inexorablemente a la idea de fiesta.

La audición de estas músicas como fondo tiene una función estructurante.

Predispone psicológicamente a los actores sociales a ejercer determinados roles; en el caso de la música de las ferias de fiestas mayores, al rol de la persona que celebra. Este tipo concreto de audición nos remite directamente al menos a tres de las cinco constantes que podemos considerar características del hecho festivo.[8]

Son músicas que aluden al disfrute y configuran un claro paréntesis dentro de nuestra vida cotidiana, dado que con su modo de presentarse, masivo y estridente, difícilmente podríamos soportar este estruendo sino bajo unas circunstancias de excepcionalidad. Pero además, este uso concreto de la música ambiental en un entorno festivo constituye también una poderosa marca simbólica de comunidad, y aquí hay que hablar de participación. Todos, por decreto, participan de estas músicas, lo que contrasta claramente con el que sería el caso más opuesto, el uso del *walkman*, como expresión del individualismo más radical. En el caso de las músicas ambientales en situaciones festivas, también podemos afirmar lo que Fred Prieberg dijo sobre las bandas sonoras de películas:

> *Es un medio infalible de sugestión metódica. Aunque la imagen animada parezca que forme un todo completo y "vivo", la música de acompañamiento crea en el público la impresión de haber tomado parte en el juego.*[9]

Que la ambientación musical en un contexto festivo pueda ser percibida como ruido no ha de extrañar a nadie, pues todos sabemos también que el ruido en sentido estricto es un invitado habitual a las celebraciones festivas. A veces constituye incluso un elemento imprescindible, y eso lo saben muy bien los valencianos con sus tracas o los mismos catalanes, con la ruidosa fiesta de San Juan, que se celebra la vigilia del día 24 de junio. Durante toda la noche se puede oír la música de las verbenas que se organizan en la calle, pero lo más característico de esta celebración son los fuegos artificiales, desde los cohetes que se tiran a lo largo de toda la noche hasta los petardos, cuya única función es hacer ruido. En Barcelona, por ejemplo, una semana antes de la celebración de la fiesta de San Juan ya se empieza a oír el característico estruendo de los petardos que los niños y jóvenes hacen estallar de forma totalmente

anárquica, de manera que el paisaje sonoro de la ciudad en esas fechas adquiere una personalidad inconfundible.

El ruido y la fiesta se asocian fácilmente. Recuerdo el caso del brillante *Te Deum* de Marc A. Charpentier que interpretaba una pequeña orquesta en la iglesia en ocasión de una boda. La pieza se interpretaba mientras los novios abandonaban el templo. En ese momento empezaron a oírse ruidos de petardos que venían del exterior: eran los petardos que los amigos de los novios hacían explotar en señal de alegría. Lejos de molestar la audición del *Te Deum*, los petardos no hacían otra cosa que realzar la dimensión festiva intrínseca a la pieza musical.

Los barceloneses somos muy conscientes de que el ruido está íntimamente ligado a la fiesta. Los de más de cuarenta años aún nos acordamos de cómo se celebraba la Semana Santa en la ciudad. Desde un punto de vista estructural, si el sonido es la marca del comportamiento festivo, el silencio sería la marca del duelo. Cuando los barceloneses aún vivían plenamente la Semana Santa como acontecimiento religioso, la nota característica de la ciudad era el silencio. El Jueves y el Viernes Santo, las campanas de las iglesias enmudecían, la programación de las emisoras de radio se adecuaba a las circunstancias, y emitían fundamentalmente *música seria*, se recomendaba incluso limitar el tráfico de vehículos a lo estrictamente necesario para reducir en la medida de lo posible la emisión de ruidos. Era el comportamiento que la tradición marcaba para la Semana Santa y el que encontramos también en el ámbito de la Cataluña rural. El folclorista Joan Amades nos habla del "ayuno de las campanas", que se extendía desde las diez de la mañana del Jueves Santo hasta la misma hora del Sábado de Gloria.[10] El silencio era la mejor manifestación de respeto:

> *Se creía que las pisadas del ganado, el paso de los vehículos rodados y el ruido de cualquier trabajo ofendían a Dios y perturbaban el dulce sueño de Jesús en el sepulcro. El ganado que había que sacar a la calle de manera ineludible no podía llevar ningún tipo de cencerro ni cascabel.*[11]

La gente mayor de Cataluña que visita como turista la Semana Santa del Bajo Aragón, tan famosa hoy en día, a menudo queda muy desconcertada por una

manera de entender la celebración que recurre al ruido en lugar del más respetuoso silencio; en más de una ocasión les he oído decir en un tono claramente censurador: "Esto no es una Semana Santa, es una fiesta mayor".[12]

La desnudez ritual constituye una de las características de las músicas ambientales, al menos siempre que se presentan sin ser tocadas en vivo, sino como hoy en día es más habitual: por medio del uso de impersonales altavoces. Así, al estar desprovistas de componentes rituales, al contrario de lo que sucede siempre en conciertos, recitales, manifestaciones de la cultura tradicional de corte ceremonial, etc.,[13] presentan un cierto debilitamiento de sus implicaciones semánticas. Al oyente le faltan puntos de referencia, como por ejemplo el frac de los músicos, la contención del público, el tipo de escenario, etc., que en su conjunto forman un poderoso marco metacomunicativo y que ayudan así a dotar de sentido a las músicas que se escuchan. Sin embargo, esto no significa en modo alguno que las implicaciones semánticas desaparezcan, ya que al fin y al cabo tanto piezas musicales concretas como también, de una forma más general, géneros o estilos enteros llevan asociadas determinadas connotaciones. Esto vale incluso para las programaciones musicales, a menudo amorfas, que se pueden escuchar en la sala de espera del dentista o de las oficinas. En estos casos, quizás no encontraremos siempre significados claramente delimitados de las músicas que se oyen, pero sí es innegable que estas músicas destilan determinadas sensaciones. Se dice, por ejemplo, que estas músicas proporcionan una sensación de familiaridad,[14] una sensación que hace que se sientan más cómodas las personas que pacientemente esperan que llegue su turno.

En las celebraciones festivas, las músicas que podamos escuchar y que merezcan ser incluidas en la categoría de músicas ambientales aportan también su carga semántica de acuerdo con la significación que socialmente se otorga a estas fiestas. La más sencilla, fácil de expresar y que encontramos con mayor frecuencia es la sensación de alegría. La expresión de este estado emocional se corresponde con uno de los cinco componentes que, como decíamos antes, nos permiten definir el hecho festivo: el disfrute. Según la psicología, la alegría constituye, junto con el enojo, la

tristeza y el miedo, una de las cuatro emociones básicas,[15] cuyo trasfondo biológico hace que su expresión por medio de lenguajes no verbales –entre los que se cuenta la música– sea fácilmente comprensible más allá de las limitaciones culturales. Ésta es sin duda la sensación que se tiene cuando se pasea rodeado de las músicas procedentes de los múltiples altavoces de las atracciones de feria que se montan en cualquiera de nuestras fiestas mayores. Se van oyendo músicas a un volumen considerable, y no sólo eso, sino que la gran cantidad de altavoces instalados hace que las músicas se solapen y se pisen entre ellas, de manera que al final lo que se crea es ruido; pero eso no es tan grave: al fin y al cabo, el ruido –como decíamos antes– también es fiesta. En el caso de la fiesta, la función de las músicas ambientales que denotan alegría va mucho más allá de la mera expresión de un estado de ánimo que se considera propio de las celebraciones. Es bien conocida la importancia funcional de las emociones para la interacción social.[16] Esto predispone claramente a la participación y la sociabilidad, que –por su parte– constituyen también aspectos fundamentales para entender la fiesta.

La sensación de fiesta que se consigue gracias al uso de determinadas músicas es también fácilmente extrapolable a otras situaciones que, de hecho, no tienen nada que ver con las celebraciones. Si nos fijamos, la música ambiental que se puede oír a través de los altavoces de las grandes cadenas comerciales es bastante distinta de la que se escucha en el dentista o en los vagones de tren. En estos últimos casos, las músicas que llegan al usuario se distinguen generalmente por su discreción. Son las típicas orquestas estilo Mantovani, Ray Conniff o incluso canales de corte clásico donde se escucha fácilmente a Mozart, Chaikovsky o Chopin. Pero éste no es el caso de las músicas ambientales de los grandes supermercados. En estos casos nada más lejos de la intención de los empresarios que querer proporcionar a los clientes una sensación de relax. Se quiere proporcionar más bien la sensación de excitación y animación propia de los ambientes festivos. Una sensación que, por cierto, no se vehicula sólo por medio de la ambientación sonora. Las banderolas de colores de los grandes centros comerciales, la inclusión de elementos lúdicos de muy diversa

naturaleza, el hecho de que la visita a estos lugares se haga en sábado, o incluso en domingo, gracias a una mayor liberalización de los horarios comerciales, hacen que la actividad de la compra familiar asuma ciertas connotaciones festivas. Y el hecho de que los clientes se identifiquen con este espíritu festivo ayuda sin duda a adoptar actitudes de desenvoltura que finalmente propician una mayor generosidad a la hora de ir llenando el carro de la compra.

Así pues, es indudable que las músicas ambientales pueden significar *fiesta*. Pero, por otro lado, nos quedaríamos cortos si sólo asignáramos esta significación a las músicas ambientales que se pueden presentar en nuestras celebraciones. Además de esta dimensión semántica, resulta también fácil observar que las músicas pueden mostrar una articulación mucho más concreta de acuerdo con el correspondiente carácter de la fiesta. Éste es, por ejemplo, el caso de la música navideña que se escucha a través de los altavoces de los centros comerciales –o incluso en las calles– en la época de las fiestas de Navidad. O es el caso también de la música de carnaval con que se ambientan las calles de algunas ciudades del sur de Alemania durante los días de desenfreno propios de esas fiestas. El repertorio navideño o de carnaval que se puede escuchar como música ambiental en estas fechas concretas remite a los agentes sociales, de manera clara y directa, a la fiesta que *hay que* celebrar. Y esta articulación se presenta también de manera muy clara en el caso de las músicas ambientales con significaciones etnicitarias que se escuchan en fiestas o celebraciones con un alto poder simbólico de identificación colectiva. El día de San Jorge, el patrón de Cataluña, por ejemplo, el hilo musical del metro de Barcelona ofrece repertorio musical catalán, una ambientación musical, por tanto, perfectamente articulada con el carácter de la celebración.

Podemos entender como *acoplamiento* el hecho de incluir una música determinada en el contexto que ha de ambientar. Pero cuando este acoplamiento no produce una *articulación* satisfactoria, da lugar a una cierta disonancia semántica. Aún me acuerdo de la impresión negativa que me produjo en una ocasión la ambientación sonora de la Feria de Sant Ponç de Barcelona. Como sabemos,

esta feria, en la que se venden principalmente productos de herboristería, miel y fruta confitada, tiene un indudable carácter tradicional, aunque también ha sabido conectar perfectamente con la modernidad, dado el valor creciente que hoy en día se concede a los productos dietéticos naturales. La música de fondo que se oía a través de potentes altavoces instalados en la calle era del estilo de los llamados *clásicos populares*: danzas húngaras de Brahms, marcha Radetzky, etc. Personalmente, en ese momento aún no estaba interesado en el fenómeno de las músicas ambientales, pero recuerdo perfectamente que ese tipo de música me pareció absolutamente fuera de contexto. Como oyente obligado de aquella música ambiental quizás no me hubiera parecido del todo extraño escuchar temas tradicionales catalanes, música anodina de feria o –incluso– música *new age*; pero según mi *feeling* personal, esas músicas de Brahms o Strauss se encontraban en clara disonancia semántica con el espíritu de la feria. La música estaba *acoplada*, pero no se daba una *articulación* satisfactoria en el sentido de Sterne.

En otra ocasión hablaba de las músicas ambientales como las "músicas invisibles",[17] una denominación que hay que entender principalmente en sentido metafórico pero, si queremos, también en sentido real, pues generalmente se trata de músicas reproducidas por medios electrónicos y en las que, por tanto, los músicos no se ven por ningún lado. No obstante, todos tenemos muy presente el caso de la fiesta o del *cocktail* donde, mientras los invitados consumen lo que el anfitrión les ofrece y charlan unos con otros, en un rincón algún músico va tocando su música ambiental sin que nadie muestre demasiado interés por él. La música ambiental en las fiestas no siempre ha de transmitirse a través de fríos altavoces, y eso se puede ver también en algunas fiestas populares. Es el caso, por ejemplo, del Carnaval de Laza (Galicia), uno de los mejores ejemplos de viejo carnaval de carácter rural que se conservan en el estado español. El carnaval de esta aldea gallega tiene su propio repertorio, pero en los últimos años se ha incorporado también una práctica musical que no tiene nada que ver con el carnaval. Se trata de la música tocada por un grupo de *gaiteiros* (un grupo formado por dos gaitas, un tambor y un bombo), que en el transcurso de

la celebración hace sólo funciones de música ambiental. Generalmente se sitúan en un segundo plano de la acción. Así, por ejemplo, en el caso concreto de la *farrapada*, uno de los distintos actos del Carnaval de Laza, consistente en una batalla campal en que los participantes se tiran mutuamente trapos sucios de barro, los *gaiteiros* se colocan sobre un estrado para protegerse de la virulencia de la batalla y tocan sus instrumentos. Nadie los mira, y su música se acoge a las leyes de la llamada música ambiental. Se escucha intermitentemente. Está claro que la *farrapada* no necesita acompañamiento musical. En este caso, sin embargo, la articulación de la música no se hace con la idea de carnaval, como sucedía en las ciudades alemanas que antes he mencionado. De hecho, tal como pude constatar personalmente, el repertorio que tocan los *gaiteiros* ni siquiera es de carnaval. Se trata simplemente de un repertorio de danzas, que los propios músicos denominan *repertorio antiguo*. Pero esta música tiene claramente funciones etnicitarias. Desde que estas manifestaciones de la cultura popular se consideran el reflejo de una cultura local, en este caso la gallega, se van incorporando nuevos elementos que subrayan esta visión urbana de la cultura rural. Se trata de un buen ejemplo, pues, de música ambiental con funciones etnicitarias.

La música ambiental, tal como se nos presenta en general, o también en el caso más concreto en el que hemos centrado preferentemente nuestra atención en esta conferencia, el de las situaciones festivas, constituye una consecuencia lógica del abaratamiento generalizado de la producción de bienes que se ha producido en las sociedades postindustriales, y por tanto contribuye a que la música comparta con muchos otros tipos de bienes la característica de la *naturalización*. Por *naturalización* entiendo la percepción social que se tiene en relación con un determinado bien de consumo que hace que se considere su consumo *obvio* y *natural*, y por tanto que quede desprovisto de todo el contenido simbólico que asociamos con un bien escaso. En los últimos cien años son muchos los bienes de consumo que han experimentado esta naturalización. La obviedad con que hoy en día servimos un trozo de carne en la mesa, o consumimos un pastel como postre, contrasta fuertemente con el pasado, cuando no se comía carne todos los días de la semana y el consumo de pastel se

daba sólo en alguna fecha muy señalada. Ahora adquirimos continuamente nuevas prendas de ropa, con lo cual estrenar algo ya ha perdido casi todo su encanto y valor simbólico. Todos tendremos en casa alguna fotografía de esas que nuestros abuelos o bisabuelos se tomaban antes en el estudio, cuando no había cámaras portátiles. Esas fotos de color sepia, por su singularidad y escasez, tenían más bien carácter de obra pictórica –tanto por la pose de los retratados como por el uso que se hacía de ellas– que de fotografías. Hoy en día hacemos centenares de fotografías sin atribuirle a este hecho la menor importancia. No hace falta decir que la música ambiental ha contribuido a dar la sensación de *naturalidad* por lo que respecta a la audición musical. Antes, hasta hace cincuenta años, ir a un concierto de música o al baile eran hechos no siempre necesariamente excepcionales, pero tampoco tenían el rango de bienes no escasos y por tanto se daba a estos acontecimientos mucha más importancia que en la actualidad. Actualmente oír música se ha convertido en una naturalidad, ya que basta con poseer un sencillo transistor o estar sentado en la estación del metro para escucharla. Una naturalidad que incluso se puede convertir en molestia en el caso de los "hechos musicales impuestos" que pueden aparecer en el uso de las músicas ambientales. Evidentemente, *naturalización* implica un cierto grado de desvalorización, y sin ninguna duda es en las músicas ambientales donde esto se manifiesta de manera más patente. Una desvalorización producto tanto de la pérdida de la *sacralidad* –son músicas desprovistas de ritual– como de su *naturalización*.[18] La idea básica de las músicas ambientales es que las escuches con la misma facilidad e inconsciencia que el aire que respiras. Un hecho que por cierto fue ya anunciado de manera premonitoria por Paul Valéry:

> *Igual que el agua, el gas y la corriente eléctrica vienen a nuestras casas, para servimos, desde lejos y por medio de una manipulación casi imperceptible, así estamos también provistos de imágenes y de series de sonidos que acuden a un pequeño toque, casi a un signo, y que del mismo modo nos abandonan.*[19]

## Conclusión

En esta conferencia me he centrado en el caso de las músicas ambientales en contextos festivos, y de hecho no ha resultado demasiado difícil apreciar la clara complicidad de este tipo de manifestaciones musicales con las dinámicas festivas. De un modo u otro, contribuyen a reforzar algunas de las principales constantes de la fiesta: el sentido del disfrute, la idea de participación, y con la trasgresión de la frontera que separa lo que se percibe como música del ruido, contribuyen también a dotar de contenidos a aquella otra constante de la fiesta que fue formulada por Lanternari: la anulación simbólica y temporal del orden.

Pero aun así, creo también que podemos extraer algunas conclusiones que pueden tener una validez mucho más general:

1. En primer lugar querría subrayar el valor de la situacionalidad para entender cualquier hecho musical. Que un determinado estímulo sonoro se entienda como música o como ruido depende en muchas ocasiones de la situación en que se produzca.

2. La manera como se presentan las músicas ambientales, privadas de elementos ritualizantes, implica una cierta reducción semántica. Esto no quiere decir, sin embargo, que no se les asocien determinadas significaciones. Por otro lado, a pesar de esta desritualización en relación con su presentación, también es cierto que las músicas ambientales –por medio de su articulación– nos pueden trasladar a contextos rituales, un aspecto que se pone especialmente de manifiesto en su uso en la esfera festiva.

3. Y, por último, las músicas ambientales –tal como se presentan en general o bien en el caso más concreto de las dinámicas festivas– constituyen un ejemplo claro de lo que antes hemos denominado proceso de *naturalización* de determinados bienes de consumo. Ésta es una de las razones de su desvalorización social.

## Notas

1 Cfr. John Booth Davis, *The Psychology of Music*, Londres: Hutchinson, 1978, p. 26.

2 Cfr. Josep Martí, "When music becomes noise. Sound and music which people in Barcelona hear but don't want to listen to", *The World of Music*, 39/2, 1997, p. 10.

3 Mariona Oliu, carta al director, *La Vanguardia*, 26 de noviembre de 2002, p. 2 (suplemento "Vivir en Barcelona").

4 Citado en Max Peter Baumann, "Listening to Nature, Noise and Music", *The World of Music*, 41/1, 1999, p. 105.

5 Véase por ejemplo Greg Wool, "Sound, Drums, and Music", URL: LazarScience8/_Student%20Work/powerpoint/wool/index.htm [consulta: diciembre 2002].

6 José Jorge de Carvalho, "Transformaçoes da sensibilidade musical contempoânea", *Horizontes Antropológicos*, 11, 1999, p. 63.

7 En el caso de las músicas ambientales, Sterne habla de *articulación* para referirse a una forma de conexión que, bajo ciertas condiciones, puede formar una unidad a partir de dos elementos diferentes. Cfr. Jonathan Sterne, "Sounds Like the Mall of America: Programmed Music and the Architectonics of Commercial Space", *Ethnomusicology*, 41/1, 1997, p. 40.

8 El antropólogo italiano Vittorio Lanternari consideró la sociabilidad, la participación, la ritualidad y la anulación temporal y simbólica del orden como las constantes definitorias de la idea de fiesta (Cfr. Vittorio Lanternari, "Spreco, ostentazione, competizione economica. Antropologia del comportamento festivo", en: C. Bianco y M. Del Ninno, *Festa. Antropologia e semiotica*, Florencia: Nuova Guaraldi Editrice, 1981, p. 136). No obstante, a estas cuatro constantes habría que añadir una quinta: el disfrute. Hay autores que afirman con razón que el concepto de fiesta no ha implicado siempre necesariamente la idea de disfrute, al menos por lo que respecta a la antigüedad (Cfr. Pierre Gordon, *Les fêtes à travers les âges*, Neuilly sur Seine: Arma Artis, 1983, p. 18). Aun así creo pertinente incluir esta idea en el concepto de fiesta. Al menos para la actualidad y para los siglos más recientes, no se puede entender el concepto de fiesta sin sus implicaciones de disfrute. En cuanto a la relación que podemos establecer entre estas cinco constantes y la música, véase: Josep Martí, "Música i festa: algunes reflexions sobre les pràctiques musicals i la seva dimensió festiva", *Anuario Musical*, 57, 2002, pp. 277-293.

9 Citado en Giorgio Gaslini, *Música total*, Barcelona: Anagrama, 1976, p. 101.

10 Cfr. Joan Amades, *Costumari Català. El curs de l'any*, Barcelona: Salvat, 1950-1956, vol. II, p. 741.

11 *Ibíd.*, p. 739.

12 Cfr. Josep Martí, "Turismo y Tradición en la Semana Santa del Bajo Aragón", en: Pedro Rújula (ed.), *Entre tambores. El Bajo Aragón durante la Semana Santa*, Zaragoza: Edelvives, 2002, p. 112.

13 Véase al respecto: Josep Martí, "Músicas invisibles: la música ambiental como objeto de reflexión", *Antropología*, 15-16, 1999, pp. 236-238. Reeditado también en *Trans. Revista transcultural de música*, 6, 2002, URL: http://www.sibetrans.com/trans/trans6/marti.htm [consulta: diciembre 2002].

14 Cfr. Mike, "Muzak and Background Art", URL: http://www.hyperreal.org/zines/est/articles/muzak.html [consulta: diciembre 2002].

15 Cfr. Patrik N. Juslin, "Emotional Communication in Music Performance: A Functionalist Perspective and Some Data", *Music Perception*, 14/4, 1997, p. 386.

16 Cfr. *ibíd.*, p. 385.

17 Cfr. J. Martí, *op. cit.* (1999).

18 Esta desvalorización, junto con otros factores, hace que a menudo se tenga una visión más bien negativa de las músicas ambientales. Cfr. J. Martí, *op. cit.* (1999), p. 239.

19 Citado en: Walter Benjamin, "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en *Discursos interrumpidos I*, trad. Jesús Aguirre, Madrid: Taurus, 1973 (6ª ed. 1992), p. 20.

## Bibliografía

AMADES, Joan, *Costumari Català. El curs de l'any*, Barcelona: Salvat, 1950-1956, 5 vols.

BAUMANN, Max Peter, "Listening to Nature, Noise and Music", *The World of Music*, 41/1, 1999, pp. 97-112.

BENJAMIN, Walter, "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en *Discursos interrumpidos I*, trad. Jesús Aguirre, Madrid: Taurus, 1973 (6ª ed. 1992).

CARVALHO, José Jorge, "Transformaçoes da sensibilidade musical contempoânea", *Horizontes Antropológicos*, 11, 1999, pp. 53-91.

DAVIS, John Booth, *The Psychology of Music*, Londres: Hutchinson, 1978.

GASLINI, Giorgio, *Música total,* Barcelona: Anagrama, 1976.

GORDON, Pierre, *Les fêtes à travers les âges*, Neuilly sur Seine: Arma Artis, 1983.

JUSLIN, Patrik N., "Emotional Communication in Music Performance: A Functionalist Perspective and Some Data", *Music Perception*, 14/4, 1997, pp. 383-418.

LANTERNARI, Vittorio, "Spreco, ostentazione, competizione economica. Antropologia del comportamento festivo", en: BIANCO, C. y DEL NINNO, M., *Festa. Antropologia e semiotica*, Florencia: Nuova Guaraldi Editrice, 1981, pp. 132-150.

MARTÍ, Josep, "When music becomes noise. Sound and music which people in Barcelona hear but don't want to listen to", *The World of Musi*c, 39/2, 1997, pp. 9-17.

——— "Músicas invisibles: la música ambiental como objeto de reflexión", *Antropología*, 15-16, 1999, pp. 227-242. Reeditado también en *Trans. Revista transcultural de música*, 6, 2002, URL: http://www.sibetrans.com/trans/trans6/marti.htm [consulta: diciembre 2002].

——— "Turismo y Tradición en la Semana Santa del Bajo Aragón, en: RÚJULA, Pedro (ed.), *Entre tambores. El Bajo Aragón durante la Semana Santa*, Zaragoza: Edelvives, 2002, pp. 105-120.

——— "Música i festa: algunes reflexions sobre les pràctiques musicals i la seva dimensió festiva", *Anuario Musical* , 57, 2002, pp. 277-293.

MIKE, "Muzak and Background Art", URL: http://www.hyperreal. org/zines/est/articles/muzak.html [consulta: diciembre 2002].

OLIU, Mariona, carta al director, *La Vanguardia*, 26 de noviembre de 2002, p. 2 (suplemento "Vivir en Barcelona").

STERNE, Jonathan, "Sounds Like the Mall of America: Programmed Music and the Architectonics of Commercial Space", *Ethnomusicology*, 41/1, 1997, pp. 22-50.

WOOL, Greg, "Sound, Drums, and Music", URL: http://www.chathamtech.com/LazarScience8/_Student%20Work/powerpoint/wool/index.htm
[consulta: diciembre 2002].

# ¿QUIERE UN POCO DE *WORLD MUSIC* CON SU CORTADO? STARBUCKS, PUTUMAYO Y EL TURISMO DISTRIBUIDO

Anahid Kassabian
Instituto de Música Popular de la Universidad de Liverpool

## Vendiendo *world music*, vendiendo un estilo de vida

Hace ya un tiempo que estoy trabajando en un libro, *The Soundtracks of Our Lives: Ubiquitous Musics and Distributed Subjectivities*, acerca de lo que he bautizado como "música ubicua", el tipo de música que de una forma u otra acompaña otras actividades. Un obvio sujeto de estudio sería la música de las tiendas, como la célebre *muzak*.

Varias características de esta música han experimentado cambios radicales en los últimos quince años. Ante todo, ahora consiste en su mayor parte –si no completamente– en artistas originales. En segundo lugar, suele incluir percusión y temas cantados, algo que antes se consideraba indeseable para espacios de venta al público. Tercero, el rango de materiales usados se ha extendido mucho más allá de lo familiar y lo local. Cuarto, se ha convertido, al menos en los Estados Unidos, en una importante manera de publicitar nombres de marcas; cadenas de tiendas que van desde Sunglass Hut y Jiffy Lube (donde se puede adquirir al instante gasolina, lubricante o un filtro para el automóvil a precios razonables) a Victoria's Secret (que se dedica a la ropa interior provocativa pero elegante) producen CD de varios artistas para la venta en sus sucursales.[1]

Son estas dos últimas características las que me importan aquí. ¿Cómo debemos interpretar el hecho de que las tiendas elijan lo que llamamos *world music* para sus CD? ¿Qué están vendiendo las tiendas y qué están comprando los oyentes cuando adquieren esos recopilatorios? Durante años los restaurantes "étnicos" han programado música "étnicamente apropiada". Por ejemplo, Olive Garden, una cadena norteamericana de restaurantes italianos, ha encargado a DMX Music una programación que incluye folclore italiano, ópera y cantantes italoamericanos como Frank Sinatra y Perry Como. No creo que esta selección representativa pueda equipararse a la programación de *world music* en cafeterías y tiendas de comida

sana, que tiene que ver menos con la representación como tal y más con ofrecer una forma particular de subjetividad. (Tangencialmente, vale la pena mencionar que, al menos en Nueva York y San Francisco, cada vez más restaurantes pinchan música "desparejada": por ejemplo, he escuchado a los Gipsy Kings en mi restaurante tailandés favorito de San Francisco y a Buena Vista Social Club prácticamente en todas partes).

Dos casos paradigmáticos en los Estados Unidos son –me atrevo a sugerir– Starbucks y Putumayo, un sello discográfico de *world music*. En abril de 1995 Starbucks puso a la venta su primer CD, titulado *Blue Note Blend*. Detrás de éste han venido docenas, habitualmente dedicados al jazz pero también a otros géneros, como *Cafè* [*sic*] *Cubana* y *Mas* [*sic*] *Cafè Cubana*, *Rendevouz à Paris* y *Sentimento Brasileiro*. Inicialmente, la cadena de cafeterías producía estos CD asociada con Sony, aunque también tuvo una efímera relación con el festival WOMAD y el sello Real World de Peter Gabriel, que dio como resultado el álbum *WOMAD: Starbucks World Music Volume One* en 1998.[2] Pero como decía el sitio web de Starbucks en el 2002:

> *En 1999 Hear Music, una compañía dedicada a brindar buena música a adultos inteligentes y curiosos, se unió a la familia Starbucks. Le invitamos a escuchar cientos de CD, explorar música que jamás ha escuchado y descubrir su próximo disco favorito en www.hearmusic.com.*

A su vez, en el sitio web de Hear Music se puede leer: "En 1999 nos unimos a Starbucks para contribuir al descubrimiento de nuevas músicas en sus cafeterías alrededor del mundo". El eslogan de Hear Music es "viva de manera más musical", y está especializada en ayudar a "descubrir toda la buena música que hay más allá del Top 40". En su sitio web se lee esta cita de *Elle Magazine*:

> *Imagine una tienda de discos cuyo catálogo está ordenado por estado de ánimo, historia y gusto, que le guía a través de los géneros y que hace que las mujeres maduras se sientan tan bien recibidas como los adolescentes. Explorar Hear Music es como morir e ir al paraíso musical.*[3]

En otras palabras, Hear Music ofrece un acercamiento al marketing musical desde el estilo de vida, muy en sintonía con el marketing de Starbucks. Junto a los álbumes de Hear Music, Starbucks vende café keniata, descafeinado, tostado francés, y también café en grano de comercio justo, tazas decoradas con motivos de la jungla y guindas recubiertas de chocolate. Ah, y cortados dietéticos sin espuma.

La historia de Putumayo es, creo yo, ligeramente diferente pero igualmente curiosa. Dan Storper fundó la empresa de indumentaria Putumayo en 1975. Empezó en Manhattan con una pequeña tienda de ropa y artesanía que él mismo traía de sus viajes por Sudamérica y Centroamérica, y desde allí fue creciendo, ampliando su número de puntos de venta y su catálogo. Solía poner música andina en sus tiendas porque "ayuda a crear un ambiente que te hace sentir como si te hubieras escapado de la ciudad y estuvieras viajando por Sudamérica".[4] En 1991, de viaje por San Francisco, escuchó a Kotoja, una banda nigeriano-americana que toca una mezcla de highlife, juju, jazz y *world music*. Este sonido de fusión africana de alguna forma le ayudó a entender que sus tiendas de ropa y artesanía latina necesitaban una música diferente. Empezó a trabajar con una compañía de música para tiendas en la producción de mezclas de música de todo el mundo. Rápidamente, Putumayo se asoció con Rhino Records y juntos empezaron a editar recopilatorios como *The Best of World Music: African*. En 1994 Storper abrió su propio sello discográfico, Putumayo World Music. En 1997 vendió la empresa de ropa para concentrarse totalmente en la de música (que ha producido más de 100 CD en 10 años) y empezó a fichar artistas por su cuenta. Hoy en día su catálogo incluye a artistas como Ricardo Lemvo y Makina Loca, Habib Koité, Oliver Mtukudzi, Equation, Rita Ribeiro, Laura Love, Mariana Montalvo, Sam Mangwana y Chico César. También reeditaron *Homeland*, un CD de Miriam Makeba que fue nominado al Grammy en el 2001.

Uno puede suponer que Putumayo, cuyo eslogan es ahora: "Garantizado: te hará sentir bien", es sólo otro sello discográfico de *world music*, pero hay una diferencia crucial. Basándose en sus orígenes como tienda de ropa, Putumayo ha

seguido una agresiva estrategia de marketing que incluye acuerdos con tiendas de venta al detalle. Como establece su sitio web:

> *Putumayo es considerado pionero y líder en el área del comercio minorista no tradicional. Ha construido una red de más de 2.500 librerías, tiendas de regalos, tiendas de ropa y cafeterías que venden, exhiben y ponen sus CD, sin dejar de tener una importante presencia en tiendas de discos de todo el mundo. Ha desarrollado promociones para minoristas, como los viajes a Martinica, Senegal e Irlanda incluidos en "Travel the World with Putumayo", actividades en tiendas, y campañas de regalos asociados a compras que han incluido calendarios, balones de playa, diarios y cuadernos de notas ilustrados con las portadas de los discos de Putumayo.*[5]

Evidentemente ésta es también una aproximación al marketing según el estilo de vida, pero con una orientación ligeramente distinta. Putumayo se enorgullece de su responsabilidad social. Hace donaciones a organizaciones sin fines de lucro, como Coffee Kids o Music Maker Relief Foundation, que trabajan en los países de origen de la música de su catálogo. También tiene su propio proyecto sin fines de lucro, Putumayo Cross Cultural Initiative, que trabaja para llevar arte y música de todo el mundo a los niños. Esto sitúa firmemente a Putumayo en una configuración de estilos de vida que es particularmente atractiva para, por ejemplo, tiendas de comida sana y tiendas de regalos especializadas en artesanía de países subdesarrollados. Lo cual significa que la gente como yo ve CD de Putumayo dondequiera que vaya.

Otra de las razones por las que veo sus CD en todas partes tiene que ver con la última parte del párrafo que he citado antes, pues otra característica importante de la marca Putumayo son las ilustraciones de portada de Nicola Heindl, cuyo estilo es inmediatamente reconocible, y que están llenas de gente pasándoselo bien. Como dice el sitio web:

> *Las portadas de Putumayo presentan ilustraciones naíf de Nicola Heindl, cuyo peculiar estilo, colorido y folclórico, refleja fielmente uno de los objetivos de Putumayo: conectar lo tradicional con lo contemporáneo para crear productos que gusten a la gente.*[6]

Las portadas se centran más en la gente que en los paisajes, y cubren la composición

con lo que en el cine se llaman "planos medios" (torsos con algo detrás) de gente feliz bailando e iconos de color local. En el 2004 Putumayo empezó a comercializar tarjetas y calendarios con esta gráfica.

## Subjetividad y escucha de *world music*

No sólo la gráfica se centra en la idea de "sentirse bien": todo el material de Putumayo pone énfasis en lo "divertido" y "optimista", los adjetivos que Storper usa para describir su primer encuentro con Kotoja en el parque Golden Gate. En la entrevista con Storper antes citada, que se reproduce en las notas interiores de *10th Anniversary Collection*, el entrevistador le pregunta acerca de la estrategia de fichaje de artistas de Putumayo, a lo que Storper contesta: "Buscamos música melódica, optimista, accesible y con un atractivo universal".[7] Ésta es una estrategia musical particularmente consciente, seguida no sólo por Storper sino también por Jakob Edgar, etnomusicólogo y vicepresidente de Arte y Repertorio de Putumayo desde 1998. Y, como estrategia, es claramente efectiva: la prensa habla de cómo Putumayo llevó la *world music* de las desangeladas grabaciones de campo a la esfera de lo divertido y lo vendible. Su estrategia suscita todo tipo de preguntas acerca de qué estéticas se reflejan en una música de la que a priori se supone que expresa una cultura diferente. Pero ha funcionado bastante bien: las ventas siguen aumentando en un momento en que la industria discográfica está al borde del pánico por la escasez de ventas. De hecho, el pie de la foto de Storper que ilustraba un artículo publicado en el *New York Times* en diciembre del 2003 rezaba así: "Dan Storper, fundador y presidente de Putumayo World Music, ha conseguido el éxito con sus recopilatorios de ritmos optimistas globales".

Aunque Hear Music no asume el objetivo de distribuir *world music* que caracteriza a Putumayo, también incluye *world music* regularmente en sus productos. Por ejemplo, un reciente recopilatorio, *Hear Music Volume 8: Between Stories*, incluye a artistas como Wilco y Nina Simone, pero también a Quetzal (una banda chicana de Los Ángeles) y Henri Dikongue (un guitarrista de Camerún), y una

de sus ediciones del 2003 es *Sentimento Brasileiro*. En general parece que los CD enteramente dedicados a la *world music* se centran en las prácticas musicales de países asociados con el café, como Brasil y Cuba, lo que quizás resulte poco sutil, pero mantiene cierta coherencia con los productos de Starbucks. De todos modos, no parece que les preocupen demasiado los detalles musicales. Sirva como ejemplo la descripción de *Cafè Cubana*:

> *Nuestro primer CD de música latina y el más popular. Uno de nuestros CD más solicitados, Cafè* [sic] *Cubana es una excitante mezcla de sonidos latinos de Cuba, Argentina, Cabo Verde y el sur de Francia. Esta cálida colección muestra las distintas influencias musicales que hacen único el sonido cubano. Algunos de los mejores artistas de Cuba comparten cartel con músicos de todo el mundo cuyos estilos contribuyeron a dar forma a estos sonidos calientes. Se han encendido las luces y el ritmo ha empezado. Bienvenidos a Cafè Cubana, exclusivo de Starbucks.*

No hay nada en la forma en que fue realizado este recopilatorio que arroje luz sobre las influencias de la música cubana. Las otras músicas están ahí simplemente porque combinan bien, sin que importe la relación entre las canciones y el título del CD. Pero suena bien en una cafetería.

Tanto Starbucks/Hear Music como Putumayo han creado estrategias de marketing centradas en el estilo de vida, basándose en la inserción de *world music* en el paisaje contemporáneo de cafeterías y tiendas de regalos (y, en una triste pero previsible ironía, en un periodo en el que los campesinos cafeteros del mundo no pueden alimentar a sus familias). Pero aunque encuentro fascinante la cuestión de sus prácticas y estructuras económicas, esto no es lo que me interesa abordar aquí. En cambio, quiero plantear una serie de preguntas, que han sido siempre centrales en mi trabajo, sobre la esfera de las subjetividades que los CD de Putumayo y Hear Music pueden despertar en sus oyentes. ¿Quiénes somos y qué estamos escuchando cuando entramos en esos lugares, cuando adquirimos esos CD?

En otro texto he argumentado que la música ubicua nos hace partícipes de una subjetividad distribuida que excede los límites de lo individual, y que opera según un modelo más parecido al de la informática distribuida que al de la antigua

informática de escritorio.[8] La informática de escritorio considera el ordenador como una entidad discreta, como el sujeto de la Ilustración: se basa exclusivamente en el poder de procesamiento de la unidad. La informática distribuida, en cambio, conecta pequeñas unidades de tal manera que éstas pueden compartir su poder de procesamiento en una especie de fondo común. Por ejemplo, *The Chronicle of Higher Education*, el semanario académico de referencia de los Estados Unidos, destacaba el 29 de noviembre de 2002 que:

> *Un equipo de investigadores universitarios ha verificado que un modelo informático a gran escala que emplea tecnología informática distribuida puede simular apropiadamente el proceso de plegado de proteínas, en que cadenas de átomos proteicos se enlazan entre sí formando estructuras tridimensionales. El modelo fue probado en 40.000 ordenadores distribuidos por todo el mundo.*[9]

De esta manera, el poder de procesamiento inutilizado de muchos pequeños ordenadores se suma hasta que se acumula suficiente poder para manejar preguntas de una escala enorme. Cada unidad es un denso nodo en una red, ni discreto ni plano. Esta aproximación al poder informático ofrece un poderoso modelo aplicable a la subjetividad: cada sujeto sería entonces un denso nodo en una enorme red que sería abordada por diversos participantes de maneras distintas y con diferentes niveles de poder. La subjetividad distribuida se relaciona con muchas nociones tecnofeministas, empezando quizás por el *Manifiesto para cyborgs* de Donna Haraway, y ciertamente con el concepto de rizoma de Deleuze y Guattari. La diferencia esencial que sugiero aquí es que la subjetividad distribuida se desarrolla de manera significativa en relación con la escucha, y especialmente en relación con la escucha de música ubicua. Por lo tanto, una de sus características destacadas es la ausencia de atención concentrada o, lo que resulta aún más interesante, la presencia de una atención multilocalizada. Creo que la subjetividad distribuida así entendida socava una serie de ideas bien afianzadas: primero, nuestras nociones adquiridas acerca de lo individual y lo social –particularmente cualquier noción del conflicto entre ambos– y, en segundo lugar, la supuesta importancia central de lo visual en prácticamente todas las narrativas

acerca de casi todas las clases de subjetividad.

Esta noción de subjetividad presenta ramificaciones de enorme alcance para nuestra comprensión de las tecnologías, repeticiones, flujos de capital y mucho más. En el contexto de esta discusión, empecemos con un pequeño ejemplo: si, como sugiero, la subjetividad está distribuida, ¿cuáles son las posibles relaciones entre turismo físico y turismo musical? Según la afirmación de Storper anteriormente citada, la música andina produce una sensación de escape y de viaje. ¿Qué significa esto? Para empezar a plantear esta cuestión, me parece oportuno hacer un breve repaso de la investigación académica sobre la *world music*.

Muchos estudiosos han sostenido que, más que una crítica del capitalismo contemporáneo, el multiculturalismo fue –y es– una extensión del capitalismo multinacional en su forma cultural. En otras palabras, la inserción de prácticas culturales nuevas y distintas no interrumpiría necesariamente las relaciones de poder, y mucho menos las económicas. En este tipo de argumento se basaron muchos de los primeros estudios académicos sobre la *world music*, como los de Veit Erlmann y Steven Feld.

El enfoque de Erlmann está fuertemente influenciado por un marxismo postestructuralista sofisticado cuyo más claro exponente es Fredric Jameson. En su introducción a un número especial de la revista *The World of Music*, en 1993, dejó bien clara su posición:

> *Quizás no sea totalmente infundada la presunción de que la nostalgia por la totalidad celebrada por la* world music *responde a un deseo residual y anticuado de Occidente, que anhela una visión del mundo coherente y unitaria que se ha perdido para siempre.*[10]

El interés de Erlmann es exactamente el mismo que el de los críticos marxistas del multiculturalismo: en vez de introducir diferencia en la homogeneidad, la *world music* es una expresión más de "ecumenismo global". La idea de una comunidad mundial es, en primer lugar, el resultado de un doble proceso formado –por un lado– por la producción global de bienes y la consiguiente homogeneización de las

cualidades y formas de vida locales específicas y –por el otro– por una racionalización funcional.[11] En otro texto Erlmann refuerza su argumento:

> *La* world music *es una nueva estética de la imaginación global, una forma emergente de capturar el momento histórico presente y la reconfiguración total del espacio y de la identidad cultural que caracteriza a las sociedades de todo el mundo.*[12]

Aunque Erlmann muestra una sensibilidad inusual hacia las cuestiones de escucha y subjetividad, una consecuencia de su enfoque es que se centra en cuestiones de producción y distribución.[13] En "The Politics and Aesthetics of Transnational Musics" se pronuncia explícitamente a favor de concentrarse en la producción:

> *Cada vez más la etnomusicología deberá examinar las elecciones que hacen los artistas en todo el mundo al moverse entre el sistema y sus entornos múltiples. Más que clasificar estos actos en términos antagónicos, como elecciones entre Occidente y el resto o entre hegemonía y resistencia, se debe ver que estos circuitos de producción musical mundial tienen numerosos bucles, con "relaciones de frontera" muy cambiantes, que permiten a los artistas evaluar constantemente su posición dentro del sistema.*[14]

Erlmann propone esta concentración en la producción como un antídoto contra las celebraciones ingenuas de la *world music*, que suponen que el ingreso de ciertos materiales no occidentales en el mercado abrirá el camino a un compromiso serio con las culturas que los producen.

Feld comparte este énfasis en las cuestiones de producción de la *world music*. Dos ensayos de su importante corpus de trabajos sobre la *world music* forman parte del libro *Music Grooves* (en coautoría con Charlie Keil). El libro se divide en dos partes: "Participation in Grooves" y "Mediation of Grooves". Los dos ensayos de Feld –"Notes on 'World Beat'" y "From Schizophonia to Schismogenesis: the Discourses of World Music and World Beat"– aparecen en la segunda parte. La ubicación de los ensayos enfatiza sus intenciones: Feld no habla de la *world music* o el *world beat* como prácticas participativas, sino como prácticas mediadas. Al final de "Notes on 'World Beat'", dice:

> *Sugiero pues que el ciclo revitalizador de africanización/afroamericanización en el* world beat *está cada vez más ligado a cuestiones de poder y control debido a la naturaleza de los sellos discográficos y a su cultivo de una elite internacional de la música pop que tiene el poder de vender enormes cantidades de grabaciones. Estas fuerzas tienden a recoger e incorporar materiales, productos e ideas africanos y afroamericanos, pero los ubican a nivel de trabajo, talento o "influencias", donde pueden ser constantemente manipulados para su exportación y para volver a circular bajo formas totalmente reelaboradas. La estética politizada de un disco como* Graceland, *entonces, parece cada vez más un test de Rorschach, cuya proyección es un mapa demasiado literal de lo blanco y lo negro en la* world music.[15]

Este párrafo de Feld es representativo de los asuntos que trata en esta recopilación de ensayos y en sus otras publicaciones sobre *world music*.[16] Defiende los intereses de quienes, desde la perspectiva del poder económico, son marginales, en este caso los músicos y culturas no occidentales que proveen el sustrato de la *world music*. Su diagnóstico es que la esquizofonía –la separación espacio-temporal de la producción musical y su consumo– lleva a la esquismogénesis, el creciente proceso de diferenciación entre dos entidades culturales en detrimento de la menos poderosa.

Jan Fairley, Jocelyne Guilbault, George Lipsitz, Tim Taylor y muchos otros han puesto de relieve estas tensiones en la *world music*. Todos están de acuerdo en que es un fenómeno complejo acerca del cual tienen una posición ambivalente. Como dice sucintamente Guibault:

> *La* world music *no debe ser vista como simplemente oposicionista o emancipatoria. Y tampoco como el mero resultado del imperialismo cultural o la dominación económica. Para entender completamente la* world music, *debemos observar su lugar dentro de las complejas y cambiantes dinámicas de un mundo que está histórica, social y espacialmente interconectado.*[17]

O, como decía Reebee Garofalo, "las consecuencias culturales de un sistema mundial emergente incluyen desafíos y oportunidades junto con la destrucción y la derrota".[18] En toda la literatura sobre este tema, en estos y en otros muchos casos, los autores están atentos a las posibilidades y problemas de la producción y distribución de *world music*, expresando, por un lado, un gran interés por los derechos de los músicos

y, por el otro, su anhelo de que esta música pueda ayudar a entender culturas y cuestiones poco familiares.

La crítica de Keir Keightley a este corpus teórico ofrece un punto de vista diferente e importante a este debate. Su análisis empieza en el punto de escucha de los años cincuenta y, mientras Erlmann y otros consideran la *world music* como un producto de la globalización iniciada a principios de los ochenta, él sugiere que ya desde los cincuenta pueden encontrarse ejemplos de lo que él llama "música de alrededor del mundo". Series de discos como *Capitol of the World* de Capitol o *Dinner in…* (*Havanna*, *Rio*, etc.) de RCA Victor no sólo sugerían turismo musical, sino que también estaban relacionadas con varias campañas de turismo literal y gastronómico. Keightley identifica estas grabaciones como incursiones tempranas en la globalización. Por un lado, muestra cómo algunos de estos materiales llegaron a manos de los sellos discográficos a través de adquisiciones corporativas. Por otro, estas grabaciones representan, según sus palabras, una suerte de "proto *world music*", en la que se observa lo que a veces se ha llamado "reflujo" de cultura, la corriente que parte de los márgenes y se dirige hacia el centro. Keightley sugiere que este reflujo está al servicio del turismo mundial y que ofrece "una manera significativa de imaginar y posteriormente experimentar el complejo universo de la modernidad".[19]

## Aquí, allá y en todas partes: el turismo distribuido

Siento una profunda simpatía intelectual y política por cada uno de estos argumentos. Para mí, la historia de la *world music* probablemente empieza aun antes de lo que señala Keightley. Debería incluir, por ejemplo, las distintas olas de "invasión latina" de los Estados Unidos (Carmen Miranda, Xavier Cugat, Desi Arnaz) y extenderse hasta incluir los orientalismos musicales del siglo XIX y principios del XX en Europa (*Turandot*, *Carmen*, las *Danzas húngaras* de Brahms). (Sobre estos temas hay excelentes trabajos, como el artículo de Jann Passler sobre Albert Roussel y Maurice Delage).[20] Con Guilbault y los demás, detesto la explotación de los músicos como forraje para el molino de la industria y simultáneamente doy la bienvenida –y hasta

celebro– la circulación de vocabularios musicales nuevos para mí por el hecho de que producen y reproducen órdenes sociales diferentes a aquéllos en los que participo de manera rutinaria. Pero todas estas críticas, aunque poderosas, no pueden extenderse hasta la actividad subjetiva de los oyentes. (El trabajo de Keightley en realidad da algunas pistas en esta dirección cuando trata sobre el turismo, pero –como en Erlmann– la cuestión de la subjetividad del oyente nunca se convierte en un tema *per se*). ¿De qué manera la *world music* ubica a sus oyentes en el mundo? ¿Qué movimientos psíquicos se ponen en funcionamiento?

Por una parte, como sabemos, los coleccionistas de *world music* se arrogan cierta autoridad de descubridores. Convertidos en "Colones" musicales, "descubren" nuevos continentes de sonido. Antropólogos y etnomusicólogos se han cuestionado esta autoridad en sus propios campos (aunque pienso que esta cuestión sigue sin resolverse). Sin embargo, el punto más destacado es que los productores de *world music* no tienen este tipo de escrúpulos acerca de sus posiciones colonialistas, por lo menos yo no he podido notarlos. Dan Storper fue nombrado embajador de buena voluntad de la Asociación Mundial de Antiguos Empleados y Colaboradores de las Naciones Unidas (WAFUNIF, por su denominación en inglés) sin que nadie parezca preocuparse por cuestiones de apropiación cultural o económica en sus actividades (que, en conjunto, al menos no parecen antiéticas) ni por la posición o autoridad que mantiene en relación con la música que se propone difundir. Esta posición está profundamente enraizada en los mismos fundamentos que todos los discursos de autenticidad musical: arte opuesto a ganancia, aficionado opuesto a consumidor y así sucesivamente. El que físicamente *va* al terreno construye autoridad.

Por otro lado, empresas de música ubicua como Starbucks/Hear Music y Putumayo elaboran para sus consumidores un conjunto distinto de relaciones entre autoridad y turismo. Activan una forma particularmente posmoderna de las relaciones espaciales y la subjetividad. Permítanme explicarlo.

Tengo varias docenas de estos CD, casi todos de Putumayo, pero también algunos de Hear Music. Estoy escuchando uno mientras escribo esto, una edición de

Putumayo llamada *Samba Bossa Nova* que incluye temas de artistas contemporáneos de Brasil. Ahora suena "Preto, cor Preta" de Jorge Aragâo, renombrado compositor de samba e intérprete con un particular sonido funk/soul. Por un pequeño cambio en el espacio sonoro –la adición de esta samba funky– ya no estoy solamente en mi escritorio. Este tema –y de hecho todo el CD– convierte la concentración en un desafío para mí. Me empuja fuera de aquí, a moverme, a bailar, hacia "allí".

Fuera *Samba Bossa Nova*, pongo *Women of the World-Celtica*, editado por Putumayo en 1997. Suena "Tá Sé 'na Lá" de Eithne NiUllachain y escribir se vuelve más difícil, porque mi conexión con esta música me transporta a otro lugar. Gracias a artistas como Enya y Lorena McKennitt, los sonidos celtas se han convertido quizás en la marca esencial de ese "otro lugar". He sido transportada a una fiesta, a una sesión de pub, a un *ceilidh*.

Saco a las mujeres celtas y pongo *Music from the Tea Lands*, editado por Putumayo en el 2000, con diez cortes de Tatarstán, China, Pakistán, India, Japón, Turquía, Irán e Indonesia. Algunos temas suenan como mi infancia, especialmente el de Turquía, "Gerizler Basi" de Okan Murat Öztürk. Otros, especialmente los del Lejano Oriente, me suenan tan exóticos y "orientales" como supongo que cabría esperar.

Entonces, ¿qué posición estoy ocupando como sujeto? Aparte de que estoy escuchando más atentamente de lo que suelo hacerlo cuando estoy en mi oficina en Nueva Jersey, escuchando música de Bulgaria o Barbados, ¿dónde estoy, qué estoy haciendo? ¿Y cuando escucho estos temas en el colmado? ¿y en la cafetería? Son lugares realmente distintos y con prácticas auditivas distintas, es verdad; pero comparten ciertas características.

Uno podría sentirse tentado a llamar turismo posmoderno a lo que estoy experimentando. De hecho, ése es el nombre que le da Daveena Tauber. Lo describe así:

> *El pasado verano, sentada en un café en Guatemala, oí quejarse a una mujer en la mesa de al lado: "'Me gustan los productos de aquí, pero lucen como los de Cost Plus, y sé que podría comprarlos directamente en casa". Su lamento se hace eco precisamente del predicamento del turista en la era posmoderna. Traer a casa objetos exóticos es, después de todo, una de las más antiguas*

*costumbres de los viajeros, que pasó de los colonialistas a los turistas… Pero en un mercado globalizado es difícil encontrar algo que esté "fuera de contexto" porque todo está en todas partes.*[21]

Según Tauber, el proyecto de Dan Storper –coleccionar exóticos objetos de curiosidad musical– está anclado en el turismo del pasado y cuando logra que dichos objetos encajen en todos los contextos, está ofreciendo a sus oyentes turismo posmoderno.

Yo prefiero llamarlo turismo distribuido, ya que así señalo la presencia de una red, de muchos lugares al mismo tiempo. Sentada en mi oficina escuchando CD de Putumayo, soy una turista distribuida. Me muevo de espacio en espacio sin cambiar de lugar. Ocupo lugares antagónicos –mi auto y Tatarstán, Nueva Jersey y Terranova– con la fluidez de los electrones. Mi ubicación en un momento dado es sólo una probabilidad estadística, no más. Mi turismo es inmediato y constante, iterativo y sólo parcialmente previsible.

En otras palabras, mi viaje auditivo no tiene que ver con el transporte, lo que lo distingue radicalmente de los turismos musicales del pasado. Durante meses estuve confundida por el corpus musical que Keightley describe como "música de alrededor del mundo". Me preguntaba qué distinguía el *Italian Musical Odyssey* de Putumayo de *101 Strings Presents the Love Songs of Italy*. Consideraba dónde fueron adquiridos, cómo fueron consumidos, cualquier cosa en la que pudiera pensar. Finalmente me di cuenta de que *101 Strings* y ese tipo de colecciones internacionales eran el material del *turismo moderno*; estaban hechas para que el consumidor evocara un lugar y un tiempo distintos del suyo usando las maravillas de la tecnología moderna. La idea básica parece haber sido recrear la sensación de otro lugar, aunque sólo fuera una fantasía momentánea. Uno convertía su casa en un lugar como Italia, aunque fuera por unos instantes, a través de una combinación de comida, disposición del espacio y música. No estoy imaginando, por supuesto, que ésta fuera la práctica habitual de los oyentes de *101 Strings…*, pero sí que era la estructura de la fantasía subyacente en la escucha de estas colecciones. La atención de uno, en esta fantasía, no estaba dividida entre Italia y su salón. Por el contrario, los altavoces y demás traían a la mente

Italia, la evocaban, la sugerían. Dichas grabaciones funcionaban de esa manera, al menos en parte, porque sus estructuras musicales básicas –desde la instrumentación hasta la tecnología de grabación, pasando por el lenguaje armónico– eran locales y familiares.

El *turismo distribuido* que vende Putumayo, en cambio, tiene un efecto cuántico, esto es, de intrincación. Así como el gato de Schrödinger está muerto y vivo a la vez, y la luz es una partícula y también una onda, así también yo, como oyente de Putumayo, estoy aquí y allá dondequiera que esté. Aunque muchos teóricos de la posmodernidad afirmen que las distinciones entre "aquí" y "allá" se han derrumbado y han perdido su sentido, yo sostengo lo contrario. El turismo distribuido, como actividad cultural posmoderna, depende de mantener la diferencia entre "aquí" y "allá", haciendo posible habitar los dos espacios simultáneamente. Musicalmente, estas grabaciones son el reverso de *101 Strings…*; las estructuras musicales son no locales, pero para hacerlas más accesibles se les ha agregado una capa de material pop/rock/electrónico.

Jan Fairley, como muchos otros autores, describe esta situación en términos de desaparición de comunidades basadas en la geografía. Retoma una idea expresada por Paul Oldfield y Simon Reynolds en *Melody Maker*:

> *Identificando a dos grupos que disfrutan de la* world music *–músicos no occidentales y aficionados occidentales–, Oldfield y Reynolds sugieren que éstos se atraen mutuamente porque están desilusionados con sus propias sociedades en crisis y proyectan en la otra cultura "un sentido de pertenencia por simpatía, de comunidad, dondequiera que se encuentre"* (…) *Hay una cuestión posmoderna aquí, relacionada con la formación de sociedades no geográficas, no espaciales, imaginarias.*[22]

Fairley sigue desarrollando su idea en otra dirección, pero acierta al sugerir que la teoría posmoderna se ha aplicado rápidamente a las comunidades "no basadas en el espacio". El problema con este modelo, como he sugerido antes, es que implica que el espacio ya no tiene importancia, y si esto fuera cierto no podríamos explicar el encanto de escuchar *world music*. En particular, no podríamos dar cuenta de la

enorme popularidad de los productos de Putumayo.[23]

La metáfora de las subjetividades distribuidas, de todas maneras, ofrece la posibilidad de incluir lo que antes llamé efecto cuántico: si soy un denso nodo en una grumosa red, estoy *de hecho* aquí y allá al mismo tiempo. No es que no esté localizada en el espacio, sino que estoy "intrincada" en él. Ésta, creo yo, es la genialidad de Putumayo. Las portadas de Heindl, la selección de artistas y repertorio, su producción audio y el orden de los temas te llevan con aparente ingenuidad y familiaridad hacia una sensación de estar "aquí/allá".

La intrincación es una característica de la física cuántica que muchos, empezando con Schrödinger, consideran el concepto que marca el abandono de la física clásica. De acuerdo con Michael Nielsen, "los miembros de una colección de objetos intrincados cuánticamente no tienen su propio estado cuántico individual… los objetos intrincados se comportan como si estuvieran conectados entre sí sin importar cuán lejos estén los unos de los otros, ya que la distancia no atenúa en lo más mínimo la intrincación".[24]

En un mundo distribuido, los lugares pueden ser y habitualmente son objetos intrincados. La intrincación es frágil y, como todos los fenómenos cuánticos, desaparece ante la observación directa. Pero sus consecuencias pueden ser claramente apreciadas.

El turismo distribuido es un ejemplo perfecto. Puede suceder en cualquier lugar, en cualquier momento, si las condiciones son adecuadas, pero el más pequeño cambio devuelve a los dos lugares a su estado previo de separación y diferencia. Ciertamente, como he sugerido con las músicas citadas, el turismo distribuido es una característica del espacio privado contemporáneo. Y no perdamos de vista que el principal negocio de Starbucks y la estrategia de distribución de Putumayo tienen lugar en tiendas alrededor del mundo. La experiencia de beber un moca grande con leche de soja sin batir es pavorosamente similar en Fresno (California) y Binghamton, en el estado de Nueva York. O en el Starbucks cien metros al norte de mi oficina, o en el de doscientos metros al este. O en Newcastle. Los "aquí" son

los mismos: la misma decoración, los mismos productos, el mismo café. Y los "allá" también son los mismos: los mismos temas de Afro-Cuban All Stars. Han logrado crear un espacio frecuentemente intrincado que podríamos llamar "aquí/allá".

Pero el turismo distribuido todavía depende del turista moderno, colonial –Dan Storper y Jacob Edgar en el caso de Putumayo–, para hacer posible su distribución. Aquí es importante hacer un breve apunte sobre la inseparabilidad de tiempo y espacio. Como explica Nielsen en *Scientific American*: "Si un par de dados pudieran 'intrincarse' a la manera de las partículas cuánticas, cada uno daría el mismo número aunque fueran lanzados con años luz de separación o en momentos totalmente diferentes".[25] Así, el tiempo simplemente ofrece otro grupo de objetos para la intrincación.

En este sentido, el tiempo entre un turista moderno (por ejemplo, Dan Storper) y una distribuida (como yo) es como una aporía, una brecha fundacional: mi multiplicidad espacial como turista distribuida, en otras palabras, depende de la movilidad física del turista moderno, el recolector, que da un nuevo sentido al académico, el director, el *metteur-en-scène*. Pero mi transformación en turista distribuida depende de que se borre la presencia o la noción del turista moderno, del mismo modo que el cine del periodo clásico de Hollywood borra la presencia del director, su propio *metteur-en-scène*. Storper no tiene el poder que tenía, por ejemplo, Hitchcock, de controlar los modos y contextos de nuestro consumo, pero sí elige qué ofrecernos, en qué orden, con qué envoltorio, en qué tiendas, etcétera.

El turismo distribuido es una característica fundamental de la subjetividad distribuida; para ser nodos de subjetividad en una vasta selección, debemos ser capaces de habitar múltiples sitios simultáneamente. Por un lado, es una ruptura del tejido del turismo como empresa colonial, un proyecto de la modernidad. Por el otro, mantiene ciertas relaciones incuestionables con el capitalismo de la modernidad tardía: el borrado de su propia producción, la invisibilidad de la mano del *metteur-en-scène* y el hecho de traer a casa riquezas de todas partes. Y, como puntualiza Simon Frith, refuerza relaciones particulares de autenticidad entre "aquí" y "allá":

> *A finales de los ochenta, como crítico de rock presente en casi todas las listas de correo sobre* world music*, siempre prestaba más atención a la autenticidad de la música que recibía que a su exotismo. La diferencia decisiva no estaba entre lo occidental y lo no occidental, sino, como es más habitual, entre sonidos reales y artificiales, entre lo musicalmente cierto y lo musicalmente falso, entre experiencias musicales auténticas y no auténticas.*[26]

En este sentido, entonces, "aquí" se vuelve falso, virtual, el simulacro, los infinitos Starbucks del episodio de *Los Simpson*, mientras que "allá" mantiene una inocente, inmaculada relación con la autenticidad, que puede reconocerse fácilmente en la gráfica de Putumayo.

El turismo distribuido, y por lo tanto la subjetividad distribuida, dependen de la oximorónica cualidad de esta dicotomía: para conectar a través de la intrincación, para producir el turismo distribuido que estoy describiendo, la distinción debe ser mantenida. En otras palabras, debe ser borrada y mantenida a la vez. Uno debe escuchar la música "auténtica" de "allá", producida por músicos locales, pero debe escucharla "aquí" y debe escuchar también la diferencia entre los dos espacios para ser capaz de ocuparlos simultáneamente habitando el "aquí/allá".

Quiero ser absolutamente clara: lo que estoy debatiendo aquí no es una práctica de escucha monolítica, singular y universal, sino un modo de participación. No todos los oyentes escuchan la misma música de la misma manera –en parte, esto era lo que quería decir con el ejemplo de *Music from the Tea Lands*–. A algunos oyentes la música que debería sugerirles "allá" les sugerirá en cambio "hogar", o cualquier otra cosa. Los sonidos que para algunos oyentes son reconocibles no lo serán para otros. Estas diferencias son ciertamente importantes, pero son tangenciales a lo que trato de decir. Me interesa entender algo acerca de la intrincación de lugares y cómo puede ser invocada en la experiencia auditiva. Y la intrincación se genera en la suma de las cualidades musicales de estas grabaciones, la atención con que las escuchamos y los lugares en donde suenan.

## Escucha distribuida

Es imposible, por supuesto, declarar algo con absoluta certeza acerca de la escucha

en general. Pero está claro, para mí fuera de toda duda, que algo distinto y específico pasa con la escucha de música ubicua, algo que demanda cuidadosa atención y estudio. En el escenario que estoy considerando aquí la pregunta es: ¿Quiénes somos y cómo escuchamos cuando oímos *world music* en una cafetería? Y en particular, cuando escuchamos productos de Hear Music o Putumayo. Una respuesta, por supuesto, sería que somos muchos oyentes distintos y que escuchamos de maneras muy diferentes, y esto sería innegable. Pero quiero proponer una respuesta de otra clase: con todas nuestras diferencias, quizás haya ciertas similitudes, ciertos procesos compartidos. Afirmo que todos, casi todos, somos turistas distribuidos. Así como uno entiende que hay múltiples formas de turismo y al mismo tiempo acepta que el turismo es un fenómeno general, lo mismo sucede con el turismo distribuido. Seguramente viajamos "aquí/allá" de diferentes maneras, pero todos lo hacemos.

Como vengo enfatizando, la escucha es un terreno ideal para suscitar la subjetividad distribuida. No es simplemente un intercambio de materias primas ni es producción de subjetividad en el sentido en que, por ejemplo, la temprana teoría psicoanalítica del cine postulaba. No es una simple experiencia estética. Es una condición simultánea, contigua a prácticamente cualquier actividad, un flujo constante. Una de sus características, como he descrito aquí, es que da nueva forma a nuestra relación con el espacio en sí mismo. Esto –estoy convencida– es una característica constitutiva de la subjetividad distribuida.

Por supuesto, vivir en una subjetividad distribuida es un asunto delicado precisamente en este sentido. Es "lo uno/y lo otro", "ni lo uno/ni lo otro". Es al mismo tiempo una quiebra y una continuidad; ni puramente moderno ni puramente posmoderno. Y, como cualquier otra cosa, tiene una relevancia distinta para sus componentes. El turismo distribuido es una característica de la vida de las clases medias y altas hiperintelectualizadas, un fenómeno que tiene lugar en Starbucks, tiendas de regalos y de comida sana, donde sólo compran personas que pueden pagar tres dólares por una taza de un café que a quien lo cultiva no le alcanza para vivir. Los supermercados de mi vecindario, donde compran su comida latinos y

sudasiáticos pertenecientes a la clase trabajadora y la aristocracia obrera, no pinchan CD de Putumayo. También están distribuidos, sólo que están en una red diferente de barrios, donde las radios de *oldies*, la nostalgia y los viajes temporales prevalecen.

La *world music* no es sólo una cuestión de circulación de capital y de cultura. Es ciertamente eso, pero como académicos no podemos quedarnos en las cuestiones de apropiación e hibridación.[27] Necesitamos desarrollar nuevos paradigmas teóricos, como he empezado a hacer aquí.[28] Tenemos que aceptar el hecho de que la escucha necesita desesperadamente teorización, el hecho de que la mercantilización y el placer tienen potenciales políticos que aparecen en cada acto de escucha, y el hecho de que un serio compromiso con el estudio de la escucha alterará permanentemente nuestros modelos de subjetividad. Como parte de este proyecto, las preguntas acerca de cómo la *world music* –particularmente la ubicua– genera subjetividad distribuida son apremiantes y tendrán consecuencias no menores en la forma en que habitemos un mundo plenamente distribuido. Y sólo podemos empezar a abordarlas escuchando nuestras cafeterías.

*Además de los comentarios de los otros participantes en el seminario sobre la escucha ambiental celebrado en Barcelona, este artículo se ha beneficiado enormemente de las generosas aportaciones de los profesores y estudiantes de la Universidad de McGill (Canadá), la Universidad de Newcastle (Reino Unido), la Universidad La Sapienza (Italia) y la Universidad del Norte de Texas (Estados Unidos).*

## Notas

1 Sunglass Hut se vendió en el 2001 y su programa de edición de CD se interrumpió. Jiffy Lube produjo una serie de CD como parte de un proyecto *lounge*; estos CD se vendían a 9,99 dólares y exclusivamente en sus tiendas. El programa está actualmente suspendido. Victoria's Secret se hizo famosa a finales de los noventa por vender CD de música clásica, cosa que al parecer ya no hace. Ahora vende discos relacionados con su enormemente popular desfile de moda; uno de los más recientes es un CD de Sting. Toda esta información proviene directamente de los departamentos de marketing de las compañías. Véase también: Joanne Kaufman, "If You Liked Our Oil Change, Wait 'Til You Hear Our Taste in Music", *Wall Street Journal*, 28 de agosto de 2001, A12.

2 Misteriosamente, es imposible encontrar rastros de esta edición, por lo menos yo no pude hallarlos. Pero estoy completamente segura de su existencia: ¡yo misma tengo una copia! Es obvio por el "volumen uno" del título que la intención era continuar con la serie, pero no he podido encontrar ningún otro volumen.

3 Citado en la URL: http://www.hearmusic.com, en el 2002.

4 *Putumayo World Music: 10th Anniversary collection, 1993-2003*, Nueva York: Putumayo World Music, 2003, 7.

5 Cfr. URL: http://www.putumayo.com/about/html. Curiosamente, este párrafo aparecía en una página separada sobre "Tiendas" cuando empecé esta investigación, pero ha sido "ascendido" a la sección "Acerca de nosotros".

6 URL: http.//www.putumayo.com.

7 Tanya Mohn, "Private Sector: Stumbling Into a World of Music", *New York Times*, Business Section, 21 de diciembre de 2003, última edición, sección 3, página 2, columna 4.

8 Anahid Kassabian, "Ubisub: Ubiquitous Listening and Networked Subjectivity", *ECHO: a Music Centered Journal,* 3/2, URL: http://www.humnet.ucla.edu/echo/ Volume3-issue2/kassabian/ index.html, 2.

9 Read Brock, "Researchers Verify the Accuracy of a Protein-Folding Model Based on Distributed Computing", *The Chronicle of Higher Education*, Information Technology Section, 29 de noviembre de 2002, A27.

10 Veit Erlmann, "The Politics and Aesthetics of Transnational Musics", *The World of Music*, 35/2, 1993, p. 8.

11 *Ibíd.*, p. 9.

12 Veit Erlmann, "The Aesthetics of the Global Imagination: Reflections on World Music in the 1990s", *Public Culture,* 8/3, 1996, p. 468.

13 Esto es absolutamente falso si consideramos la totalidad de su trabajo. De hecho, actualmente está trabajando en una historia cultural de la escucha que promete ser una piedra basal para el estudio de la música en todas las disciplinas.

14 Veit Erlmann, "The Politics and Aesthetics of Transnational Musics", *The World of Music*, 35/2, 1993, pp. 6-7.

15 Steven Feld, "Notes on 'World Beat'", en Charles Keil y Steven Feld, *Music Grooves*, Chicago: University of Chicago Press, 1984, p. 246.

16 Otro ejemplo puede verse en Steven Feld, "A Sweet Lullaby for World Music", *Public Culture*, 12/1, 2000, pp. 145-172.

17 Jocelyne Guilbault, "World Music", en *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, edición de Simon Frith, Will Straw y John Street, Cambridge: Cambridge University Press, 2001, p. 176.

18 Reebee Garofalo, "Whose World, What Beat: the Transnational Music Industry, Identity and Cultural Imperialism", *The World of Music*, 35/2, 1993, pp. 3-15.

19 Keir Keightley, "Reading Capitol/E.M.I.: Musical Tourism and Industrial Globalization in the Record Industry, 1954–63", manuscrito del autor, p. 11.

20 Jann Passler, "Race, Orientalism, and Distinction in the Wake of the Yellow Peril", en *Western Music and Its Others*, editado por Georgina Born y David Hesmondhalgh, Berkeley: University of California Press, 2000, pp. 86-118.

21 Daveena Tauber, "What I Did on My Summer Vacation; or, the Politics of Postmodern Tourism", *Passionfruit: a Women's Travel Journal*, URL: http://www.passionfruit.com/postmodern.html

22 Jan Fairley, "The 'Local' and the 'Global' in Popular Music", en *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, *op cit*, p. 274. Fairley cita a P. Jowers, "Beating New Tracks: WOMAD and the British World Music Movement", en *The Last Post: Music After Modernism*, edición de Simon Miller, Manchester: Manchester University Press, 1993, pp. 52-87.

23 El *New York Times* destacaba el 21 de diciembre de 2003: "Storper predice que

las ventas anuales rondarán los 13 millones de dólares, casi un 20 por ciento más que el año pasado… [mientras] de acuerdo con la Asociación Americana de la Industria Discográfica, las ganancias de productos musicales descendieron más de un 15 por ciento en la primera mitad de 2003 comparadas con las del mismo periodo del año anterior, después de descensos de más del 10 por ciento tanto en 2001 como en 2002." (Véase: Tanya Mohn, "Private Sector: Stumbling Into a World of Music", *New York Times*, Business Section, 21 de diciembre de 2003, última edición, sección 3, página 2, columna 4).

24 Michael A. Nielsen, "Rules for a Complex Quantum World", *Scientific American*, 11, noviembre de 2002, p. 73.

25 *Ibíd.*, 72.

26 Simon Frith, "Pop Music", en *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, op cit. p. 307.

27 Éste es un territorio bellamente articulado en la introducción de *Western Music and his Others*, editado por Georgina Born y David Hesmondhalgh (Berkeley: University of California Press, 2000).

28 Y en otros textos; véase, por ejemplo, mi artículo "Ubisub: Ubiquitous Listening and Networked Subjectivity", *ECHO: a Music Centered Journal* 3/2, URL: http://www.humnet.ucla.edu/echo/Volume3-issue2/kassabian/index.html

## Bibliografía

BORN, Georgina y HESMONDHALGH, David (ed.), *Western Music and Its Others: Difference, Representation, and Appropriation in Music*, Berkeley: University of California Press, 2000.

BROCK, Read, "Researchers Verify the Accuracy of a Protein-Folding Model Based on Distributed Computing", *The Chronicle of Higher Education*, Information Technology Section, 29 de noviembre de 2002, A27.

DELEUZE, Gilles y GUATTARI, Felix, *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*, traducción de Brian Massumi, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1987.

DMX MUSIC, URL: http://www.dmxmusic.com.

ERLMANN, Veit, "The Politics and Aesthetics of Transnational Musics", *The World of Music*, 35/2, 1993, pp. 3-15.

——— "The Aesthetics of the Global Imagination: Reflections on World Music in the 1990s", *Public Culture*, 8/3, 1996, pp. 467-487.

FAIRLEY, Jan, "The 'Local' and the 'Global' in Popular Music", en *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, edición de Simon Frith, Will Straw y John Street, Cambridge: Cambridge University Press, 2001, pp. 272-289.

FELD, Steven, "Notes on 'World Beat'", en KEIL, Charles y FELD, Steven, *Music Grooves*, Chicago: University of Chicago Press, 1984, pp. 238-246.

——— "From Schizophonia to Schismogenesis: the Discourses of World Music and World Beat", en KEIL, Charles y FELD, Steven, *Music Grooves*, Chicago: University of Chicago Press, 1984, pp. 257-289.

——— "A Sweet Lullaby for World Music", *Public Culture*, 12/1, 2000, pp. 145-172.

FRITH, Simon, "Pop Music", en *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, edición de Simon Frith, Will Straw y John Street, Cambridge: Cambridge University Press, 2001, pp. 93-108.

GAROFALO, Reebee, "Whose World, What Beat: the Transnational Music Industry, Identity and Cultural Imperialism", *The World of Music*, 35/2, 1993, pp. 3-15.

GUILBAULT, Jocelyne, "World Music", en *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, edición de Simon Frith, Will Straw y John Street, Cambridge: Cambridge University Press, 2001, pp. 176-192.

HARAWAY, Donna, "A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century", en *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*, Nueva York y Londres: Routledge, 1991, pp. 149-182.

HEAR MUSIC, URL: http://www.starbucks.com/hearmusic/default.asp

KASSABIAN, Anahid, "Ubisub: Ubiquitous Listening and Networked Subjectivity", *ECHO: a Music Centered Journal,* 3/2, URL: http://www.humnet.ucla.edu/echo/Volume3-issue2/kassabian/index.html

KAUFMAN, Joanne, "If You Liked Our Oil Change, Wait 'Til You Hear Our Taste in Music", *Wall Street Journal*, 28 de agosto de 2001, A12.

KEIGHTLEY, Keir, "Around the World, Musical Tourism and the Globalization of the Record Industry, 1946–66", manuscrito del autor.

——— "Reading Capitol/E.M.I.: Musical Tourism and Industrial Globalization in the Record Industry, 1954–63", manuscrito del autor.

KEIL, Charles, y FELD, Steven, *Music Grooves*, Chicago: University of Chicago Press, 1994.

LIPSITZ, George, *Dangerous Crossroads: Popular Music, Postmodernism, and the Poetics of Place*, Nueva York: Verso, 1994.

MOHN, Tanya, "Private Sector: Stumbling Into a World of Music", *New York Times*, Business Section, 21 de diciembre de 2003, última edición, sección 3, página 2, columna 4.

NIELSEN, Michael A., "Rules for a Complex Quantum World", *Scientific American*, 11, noviembre de 2002, pp. 66-75.

PASSLER, Jann, "Race, Orientalism, and Distinction in the Wake of the Yellow Peril", en *Western Music and Its Others*, editado por Georgina Born y David Hesmondhalgh, Berkeley: University of California Press, 2000, pp. 86-118.

PUTUMAYO WORLD MUSIC, URL: http://www.putumayo.com

PUTUMAYO WORLD MUSIC: *10th Anniversary Collection, 1993–2003*, Nueva York: Putumayo World Music, 2003.

REAL WORLD RECORDS, URL: http://www.realworldrecords.com.

STARBUCKS, URL: http://www.starbucks.com.

TAUBER, Daveena, "What I Did on My Summer Vacation; or, the Politics of Postmodern Tourism", *Passionfruit: a Women's Travel Journal*, URL: http://www.passionfruit.com/postmodern.html

TAYLOR, Tim, *Global Pop: World Music, World Markets*, Nueva York: Routledge, 1997.

# ESCUCHA AMBIENTAL Y TRADICIÓN MUSICAL: CUANDO LAS EMISORAS DE MÚSICA CLÁSICA PROGRAMAN PARA EL OYENTE DISTRAÍDO

Marta García Quiñones
Universidad de Barcelona

## Piezas perdidas

Tiempo atrás, mientras investigaba sobre la música ambiental, encontré en la web de la revista *Atlantic Monthly* un artículo de Stephen Budiansky titulado "Missing Pieces" (algo así como "piezas perdidas" o "piezas que faltan"),[1] que llevaba fecha de marzo de 2002 y que, según rezaba el subtítulo, trataba del "extraño caso de las arias y adagios que desaparecían". El texto es un buen ejemplo de periodismo de investigación nacido de la perplejidad del autor, en su condición de oyente, ante los cambios progresivos pero inexorables que se iban produciendo en la programación de su emisora de música clásica preferida, la WETA-FM de Washington, una emisora pública en el panorama competitivo de la radio norteamericana. Según explica Budiansky, estos cambios consistían básicamente en una considerable disminución del repertorio programado, del que empezaron a desaparecer muchas obras bien conocidas, incluso muchos de los llamados "clásicos populares". También había observado una ausencia casi total de obras vocales y de música de cámara, así como una incomprensible e irritante insistencia de los locutores en recordar a su audiencia que la música que estaban escuchando "les haría más llevadero el día".

Entender los sorprendentes criterios que regían la nueva línea de programación y que eran responsables de que, por ejemplo, se emitiera una obra orquestal de algún compositor inglés victoriano en vez de un cuarteto de Beethoven, le costó a Budiansky unas cuantas entrevistas con los responsables de la WETA-FM y de la WGMS, otra emisora de música clásica del área de Washington, en este caso no pública sino comercial, que seguía unas pautas de programación similares. Pero finalmente hizo unos cuantos descubrimientos interesantes. Así, los directores de las dos emisoras coincidieron en declarar que ellos no programaban música, sino sonido. Su selección de piezas estaba basada en encuestas sobre la respuesta de los

oyentes ante determinadas piezas de música –o mejor dicho: ante fragmentos de estas piezas–. Una respuesta positiva o negativa determinaba un mayor o menor grado de probabilidad de que la pieza fuera programada. La aplicación de este principio había provocado la práctica desaparición de las obras vocales y de cámara, que los oyentes decían no apreciar. Las encuestas se hacían siempre con pasajes breves de las piezas, ya que se tenía muy en cuenta el hecho bien contrastado de que el uso principal de la radio, y de las emisoras de música clásica en particular, era precisamente la escucha ambiental –es decir: la escucha, ya sea en el trabajo, en casa o en el coche, en que la atención del oyente se concentra en alguna otra actividad–. Así pues, la audiencia ideal de estas emisoras no eran los aficionados a la música clásica, sino los oyentes a los que la música retransmitida proporcionaba un fondo conveniente y agradable para su cotidianidad.

De hecho, para cualquiera que esté familiarizado con las técnicas de programación del hilo musical –desarrolladas por la empresa norteamericana Muzak principalmente entre los años trenta y cuarenta del siglo pasado–[2] las explicaciones de los responsables de estas dos emisoras norteamericanas tienen una lectura clara: su programación radiofónica trata el material de la tradición musical clásica a la manera del hilo musical. Igual que los programadores de la WETA-FM, los ingenieros y directivos de Muzak han sostenido siempre que su trabajo se basa en criterios científicos y en una investigación cuidadosa de las condiciones en que se produce la percepción del sonido. Subrayan también el hecho de que, más que con música, trabajan con material sonoro –hoy en día definen su tarea como "audioarquitectura"–. En este sentido no resulta sorprendente que, según comenta Budiansky, otra novedad en la programación de la WETA-FM fuera la inclusión de arreglos y versiones, tan típicos del hilo musical. Además la programación se planificaba con la intención explícita de adaptarse al ritmo del día –un día dividido en franjas horarias que ofrecían estilos de música diferentes en consonancia con las presuntas necesidades cambiantes de un hipotético oyente tipo, precisamente aquél a quien, como hemos dicho, se pretendía "hacer más llevadero el día"–. Es decir:

se utilizaba el mismo procedimiento que los expertos del hilo musical en los años cuarenta, que primero clasificaban el material musical en función de su capacidad para activar o relajar a la audiencia y después lo disponían en lo que llamaban una curva de "progresión de estímulos", que iba variando a lo largo del día. Así pues, a priori podríamos decir que lo que Stephen Budiansky descubrió es que su emisora preferida, una emisora pública de música clásica, había abandonado sus objetivos educativos y culturales, había decidido romper el compromiso con su audiencia de siempre, basado en la difusión de la tradición musical occidental, y se había convertido en una especie de hilo musical.

El caso de la WETA-FM no es ni una casualidad ni una excepción. Una primera investigación en seguida nos descubre en los Estados Unidos todo un universo de empresas de consultoría orientadas al mercado radiofónico y toda una batería de estudios sobre la respuesta de la audiencia de las emisoras de música clásica.[3] Tradicionalmente los principales clientes de estas empresas habían sido las emisoras de radio comerciales. Pero en las últimas décadas, como consecuencia sobre todo del descenso de los fondos públicos dedicados a la subvención de las emisoras no comerciales, éstas recurren cada vez más a sus servicios. Y han empezado a aparecer, por ejemplo, listas de las piezas de música más y menos apreciadas por los oyentes, o artículos que desaconsejan la emisión de grabaciones de conciertos con el argumento de que no proporcionan ningún valor añadido al contenido de la programación. O también documentos de estrategia empresarial construidos sobre la base del concepto de *appeal* ("atracción") como principal valor del material musical. Listas, artículos, documentos que los directivos de las emisoras de música clásica se toman la molestia de analizar y en muchos casos de aplicar, ante el tímido escándalo de periodistas como Budiansky y de algunos compositores.[4]

Los motivos de los programadores de radio son fáciles de adivinar. Su comprensible prioridad no es otra que conseguir unos niveles de audiencia satisfactorios que a la vez garanticen el interés de los anunciantes y así la supervivencia de la empresa. Esto los obliga a conocer las costumbres auditivas de sus destinatarios

finales y a intentar satisfacerlas. Pero ¿cómo se elaboran estos estudios? ¿Cómo se investigan y valoran las costumbres de los oyentes?

### El marketing aplicado a la programación de música clásica

Las herramientas de investigación de mercado que estas empresas utilizan son diversas y a menudo bastante sofisticadas: encuestas telefónicas durante y fuera del tiempo de emisión, medición de audiencias, tests a grupos de voluntarios, oyentes y no oyentes, debates en *petit comité*... A veces se evalúan los estilos de vida de los oyentes, sus hábitos de consumo; otras, se recoge su opinión sobre la imagen y la línea de programación de la emisora; incluso se investigan ocasionalmente programas concretos o cambios introducidos en algún programa. Por lo que respecta a los contenidos musicales, las preferencias de la audiencia se estudian normalmente por medio de un test que es descrito de la siguiente forma en un artículo sobre estrategias avanzadas de investigación de audiencias dirigido a los directivos de emisoras públicas:

> *Test de música. Se trata de un proceso en que oyentes seleccionados evalúan un gran número de selecciones musicales. Cada selección musical, que se suele llamar* hook ["gancho" o "anzuelo"], *dura algunos segundos. Los oyentes evalúan unas doscientas selecciones a lo largo del test. Los participantes escogidos pueden ser oyentes habituales, oyentes ocasionales, suscriptores, o cualquier otro segmento de la audiencia. El universo de personas encuestadas puede ser de unas cien o más, que escucharán la música en una habitación grande y confortable. La escala de evaluación puede incluir criterios como "lo escucharía"/"no lo escucharía", "conocido"/"desconocido" o "interesante"/"aburrido". Un test de música debería poder responder preguntas del tipo: "Qué música de jazz o qué música clásica quieren escuchar los oyentes?".*[5]

Más adelante el texto precisa que existe una alternativa más barata, aunque menos fiable, a este tipo de test: consiste en enviar a un grupo de oyentes seleccionados grabaciones musicales en que se evalúan menos fragmentos o *hooks*, y en que cada *hook* puede llegar a durar un minuto o dos.

Aparentemente las condiciones en que se realiza la encuesta, "en una habitación grande y confortable", predisponen a los participantes a una escucha atenta, e incluso

podríamos decir que confieren a la realización del test un cierto carácter ritual. Sin embargo, esta atención se concentra en fragmentos brevísimos de música, de sólo unos segundos, que es lo que dura por término medio cada *hook*. El motivo principal de esta duración fugaz está implícito en el propio nombre, *hook*, que como hemos dicho, significa gancho o anzuelo. El test evalúa la idoneidad de los fragmentos musicales para actuar como "anzuelos", es decir para pescar y enganchar a los oyentes ya sea en el momento de encender o sintonizar la radio, o bien cuando cambian de emisora. De alguna manera la encuesta presupone que el hipotético oyente se encuentra en una situación parecida a la del conductor que mueve el dial de la radio en busca de música adecuada para el trayecto, y que una vez "pescado" se mantendrá fiel, ocupado como está en la conducción. Una segunda razón para la elección de fragmentos breves es que, como hemos mencionado antes, se considera que la función normal de la radio, y en concreto de las emisoras dedicadas a transmitir música clásica, es servir de fondo mientras se realiza otra actividad. (De hecho, ésta es una opinión tan arraigada que estas encuestas ni siquiera la examinan). El oyente ideal es siempre un oyente distraído, atento sólo de manera intermitente. Por eso a los programadores no sólo les interesa captar su atención, "engancharlo", sino sobre todo evitar que su conciencia auditiva se despierte con disgusto, al sentir un fragmento musical desagradable que lo impulse a mover el dial. De aquí también el papel ambivalente de las categorías "conocido"/"desconocido", que se refieren a la familiaridad del oyente con el fragmento escuchado. Un fragmento muy conocido, por ejemplo unos compases de algún "clásico popular", de tan archisabido puede provocar aburrimiento. (La WETA-FM, tal como explicaba Budiansky, había dejado de programar muchos de estos "clásicos populares"). A su vez, un segmento musical totalmente nuevo puede resultar inquietante para la audiencia, y por eso raras veces el material utilizado en los tests es posterior a Stravinsky.

## La escucha ambiental como modo de escucha adecuado

Si consideramos la situación a la luz de la tipología de los oyentes propuesta por

Theodor W. Adorno en el primer capítulo de su *Introducción a la sociología de la música*,[6] podríamos decir que los criterios de programación que se están imponiendo en esas emisoras se basan en una inversión total de los criterios allí aplicados. En efecto, para Adorno la escucha estructural es la actitud perfectamente adecuada, la escucha del experto que, gracias a sus conocimientos técnicos, es capaz de captar la verdad objetiva de la obra musical. En el extremo contrario, a dos pasos de la total indiferencia o incluso de la aversión, se sitúa el oyente distraído, que escucha en un estado de desconcentración interrumpido ocasionalmente por ráfagas de atención o de reconocimiento. Para Adorno la escucha del aficionado instruido tiene un valor normativo, de manera que el resto de actitudes de escucha, aunque presenten rasgos característicos propios, se pueden interpretar como versiones degradadas de la escucha estructural. En cambio, para los responsables de la WETA-FM y otras emisoras son precisamente los oyentes casuales o distraídos los que proporcionan el patrón perceptivo sobre el que se construye la nueva programación.

Recogiendo la noción de "modo de escucha adecuado" formulada por Ola Stockfelt,[7] observamos que el procedimiento seguido por los programadores consiste en proponer un material sonoro que se adaptaría perfectamente al modo de escucha ambiental. Este material, como hemos dicho, insisten en llamarlo simplemente "sonido", huyendo de cualquier etiqueta o categorización. El término ya citado de *appeal* ("atractivo") sustituye en el vocabulario de los investigadores de audiencias a categorías tan establecidas como género, estilo, o incluso autoría. Así, por ejemplo, se dice en uno de estos estudios:

> *La mayor parte de los programadores tratan la música clásica como género, y no prestan demasiada atención al atractivo de lo que emiten. (...) los programadores normalmente suponen que el atractivo de una fuga de Bach es el mismo que el de una sinfonía de Shostakóvich, sólo por el hecho de que ambas obras se estudian en clase de música, se venden en las secciones de música clásica de las tiendas de discos, son editadas por Deutsche Grammophon y quizás incluso grabadas por la misma orquesta. Pero eso son conexiones intelectuales. Escucha con tus orejas. Estas obras suenan distinto. No son lo mismo y no tienen el mismo poder de atracción.*[8]

Para referirse a esta nueva manera de considerar el material musical se ha acuñado la denominación *modal research* ("investigación modal").[9] Por lo que parece, un "modo" no sería un género, ni el estilo de un periodo concreto de la historia de la música, ni el estilo de un determinado compositor. Sería algo así como una categoría supragenérica que agruparía aquellos materiales musicales –resulta arriesgado considerarlos obras– que para la audiencia comparten un mismo tipo de *appeal*, de atractivo.

En realidad, la pobreza conceptual que se refleja en las conclusiones de estos estudios –con propuestas de programación que, como hemos visto, prohíben en bloque la música vocal, hacen la recomendación genérica de emitir "piezas con una línea melódica clara", o sugieren listas de obras que excluyen la creación contemporánea– no es más que la consecuencia lógica de la miseria de sus planteamientos. Partir de la escucha ambiental como paradigma perceptivo determina la elección de herramientas de análisis de mercados en que el material musical se reduce a fragmentos de pocos segundos. A su vez, las clasificaciones del material musical que se derivan de estas herramientas de análisis no pueden significar más que una reducción de los horizontes de la audiencia, pues no cabe esperar ningún juicio estético sofisticado de la escucha de unos pocos compases.

## La escucha ambiental y las funciones educativas de la radio

Obviamente las decisiones de programación de una emisora de radio, en especial si se trata de una emisora pública, tienen siempre una lectura política. A la radio pública se le atribuyen tradicionalmente funciones educativas y de transmisión cultural, que en los casos que hemos presentado se han abandonado en favor de criterios netamente comerciales. Este aspecto pocas veces se menciona, si no es para refutarlo, en los estudios e informes que promueven las nuevas líneas de programación. Sin embargo, la situación es bastante clara: en un contexto de extrema competitividad, descenso de las subvenciones públicas y, por tanto, creciente dependencia de los anunciantes y del apoyo económico de los oyentes-suscriptores, las emisoras públicas de música

clásica en los Estados Unidos se ven forzadas a adaptar sus contenidos al presunto gusto de los oyentes, y acaban dejando en manos de los expertos en marketing los criterios de definición de este gusto. (Un panorama, por cierto, bastante distinto al que encontramos en España, donde la única emisora de ámbito estatal que programa en exclusiva música clásica, Radio Clásica de Radio Nacional de España, se nutre de fondos públicos y por tanto pueden mantenerse relativamente al margen de las presiones del mercado).

Desde este punto de vista, sería fácil contraponer una radio pública dirigida al oyente experto, dedicada a una función museística de preservación del patrimonio musical y modelada sobre la escucha de concierto, a una radio comercial que desprecia la tradición, construye su programación a partir de encuestas y hace del oyente casual un reyezuelo sin corona. Pero esta lectura significaría pasar por alto un aspecto importante. Nos referimos a la conciencia del medio, un valor que se reconoce tras los razonamientos a menudo demasiado simplistas de los especialistas en marketing y que en cambio está a veces ausente de la radio pública educativa. La realidad de la escucha ambiental, que medios como la radio fomentan, ciertamente no se puede tomar, de manera acrítica, como un nuevo patrón sobre el que deba construirse la programación musical, pero tampoco puede considerarse una especie de efecto colateral, o una mera versión degradada de la escucha atenta. Con la ingente cantidad de música disponible en grabaciones digitales y la facilidad y precisión de acceso que la tecnología digital permite, resulta absolutamente imprescindible repensar los canales de transmisión de la tradición musical. La fragmentariedad, por ejemplo –que es tratada por los investigadores de audiencias según unos esquemas básicos de estímulo-respuesta, y con un completo desinterés por la memoria musical, y auditiva en general, del oyente– no es necesariamente una característica negativa. El propio Adorno, el abogado de la escucha estructural, que coloca la obra en el centro de su teoría estética, condujo en julio de 1965 un programa de radio llamado "Schöne Stelle", que podríamos traducir como "Fragmentos escogidos", donde se emitieron segmentos musicales, incluso de unos pocos compases, convenientemente articulados, eso sí, por sus comentarios.[10]

Conocer en profundidad las características de la escucha radiofónica, incluyendo en la investigación tantas variables empíricas como sea posible, nos parece un paso importantísimo para adaptar la programación de la radio pública –de música clásica o de música en general– a los desafíos que plantea la evolución de los hábitos de escucha. Para ello quizás lo primero que habría que hacer es evitar los métodos que, como los tests aquí descritos, reproducen un marco de atención –sala cerrada y confortable, silencio antes y después de la prueba, instrucciones precisas sobre qué y cómo escuchar– que poco tiene que ver con los contextos reales en que los oyentes conectan la radio. Además, estos tests reducen la escucha a una cuestión de preferencias espontáneas, sin cuestionarse si esa presunta espontaneidad obedece a datos –como la historia de escuchas del oyente, por ejemplo– que quedan del todo excluidos de su horizonte. Por otro lado, como hemos señalado antes, el interés de los investigadores se centra en el momento en que el oyente maneja el dial, en que se produce por tanto la decisión más o menos consciente de seleccionar una determinada emisora. Nada se dice en cambio del tiempo de escucha que sigue, del rato en que el oyente pasa escuchando (al menos teóricamente) esa emisora, quizás dividiendo su atención entre la música programada y otras actividades. ¿Cómo podríamos describir lo que pasa en esos momentos? ¿Hasta qué punto nos sirven para explicar este comportamiento categorías como decisión, preferencia o acción, que solemos aplicar a procesos mentales conscientes?

En el fondo la pregunta que nos interesa plantear aquí es si se puede concebir una estrategia de difusión de la tradición musical que se adapte a las condiciones de la escucha ambiental sin renunciar a sus objetivos pedagógicos. Por supuesto el argumento de los expertos en marketing, cuando se ven forzados a abordar la cuestión, es que una programación confeccionada a medida del oyente distraído consigue conducirlo de manera, por decirlo así, “subliminal” hasta el umbral del conocimiento –un umbral que él después es libre de cruzar o no–. Resulta sorprendente descubrir que en este punto coinciden con la opinión de Glenn Gould, expresada en su artículo de 1966 “Las perspectivas de la grabación”.[11] Al final del artículo Gould

analiza el impacto de las técnicas de grabación y difusión de la música, y en concreto el hilo musical o *muzak*, en la experiencia musical cotidiana. A su modo de ver, estas técnicas han convertido toda la tradición musical en un enorme contexto, en un fondo ambiental contra el que el oyente, ya no receptor pasivo sino creador, ha de establecer nuevas relaciones. La tradición –eso sí, reducida a la condición de versión o cliché de estilo– ha de ser considerada como la nueva naturaleza, a partir de la cual opera este nuevo oyente. Y la facilidad con que esta naturaleza, ya sea en forma de ondas radiofónicas, de hilo musical o de música ambiental, se infiltra en la cotidianidad, garantiza a este oyente, según Gould, un conocimiento intuitivo del lenguaje musical.

## Notas

1 Stephen Budiansky, “Missing Pieces. The strange case of the disappearing arias and adagios”, *The Atlantic Monthly*, marzo 2002, http://www.theatlantic.com/issues/2002/03/budiansky.htm [última consulta: mayo 2007].

2 Para una descripción de las técnicas del hilo musical cfr. Joseph Lanza, *Elevator Music. A surreal history of Muzak, easy-listening and other moodsong*, Londres: Quartet Books, 1994, y Jerri Ann Husch, *Music of the workplace. A study of Muzak culture (social changes, ideology, technology)*, Ann Arbor: UMI Dissertation Services, 1998.

3 Se puede encontrar abundante bibliografía en la web de Aranet [http://www.aranet.com], que permite acceder a los siguientes informes de investigación sobre la radio pública: David Giovannoni y George Bailey, “Appeal and Public Radio’s Music” (1988), y David Giovannoni, “Classical Programming’s Predictable Future” (1993) [última consulta: mayo 2007].

4 Por ejemplo, cfr. el artículo del compositor Robert Paterson “The Future of Classical Radio”, en la URL: http://www.robpaterson.com/writings/essay-the_future_of_classical_radio.html, donde cita también la opinión de su colega Libby Larsen [última consulta: mayo 2007].

5 Esta descripción aparece en el informe de Annette Griswold “Advanced Research Methods: An Overview” (1993), accesible también desde la URL: http://www.aranet.com [última consulta: mayo 2007]. También resulta interesante consultar la página de la compañía FMR, especializada en investigación sobre audiencias radiofónicas y creadora del sistema EARS para la evaluación de la programación musical, en la URL: http://www.fmrassociates.com/RadioResearch/ears.asp [última consulta: mayo 2007].

6 T. W. Adorno, *Introduction à la sociologie de la musique*, traducción de Vincent Barras y Carlo Russi, Ginebra: Contrechamps, 1994, pp. 7-25.

7 Ola Stockfelt, “Adequate modes of listening”, en *Keeping Score: Music, Disciplinarity, Culture*, editado por David Schwarz, Anahid Kassabian y Lawrence Siegel, Charlottesville: University Press of Virginia, 1997, pp. 129-146.

8 David Giovannoni y George Bailey, “Appeal and Public Radio’s Music” (1988), URL: http://www.aranet.com/library/pdf/doc-0009.pdf, p.4 [última consulta: mayo 2007].

9 Cfr. Stephen Behrens “Jazzcasters try music testing to pick cuts”, *Current*, septiembre 1996, URL: http://www.current.org/rad616m.html [última consulta: mayo 2007].

10 El texto de este programa radiofónico está publicado con el título de "Schöne Stelle" en *Gesammelte Schriften, Band 18: Musikalische Schriften V*, edición de Rolf Tiedemann y Klaus Schultz, Fráncfort: Suhrkamp Verlag, 1984. Sobre este particular, cfr. también: Thomas Y. Levin, "For the record: Adorno on music in the age of its technological reproducibility", *October*, 55, invierno 1990, pp. 23-47.

11 Artículo incluido en el volumen recopilatorio de textos de Glenn Gould *Escritos críticos*, edición e introducción de Tim Page, traducción de Bernadette Wang, Madrid: Turner, 1989, pp. 405-432.

## Bibliografía

ADORNO, T.W., *Introduction à la sociologie de la musique*, traducción de Vincent Barras y Carlo Russi, Ginebra: Contrechamps, 1994.

——— "Schöne Stelle", en *Gesammelte Schriften, Band 18: Musikalische Schriften V*, edición de Rolf Tiedemann y Klaus Schultz, Fráncfort: Suhrkamp Verlag, 1984.

ARANET, URL: http://www.aranet.com [última consulta: mayo 2007].

BEHRENS, Stephen, "Jazzcasters try music testing to pick cuts", *Current*, septiembre 1996, URL: http://www.current.org/rad616m.html [última consulta: mayo 2007].

BUDIANSKY, Stephen, "Missing Pieces. The strange case of the disappearing arias and adagios", *The Atlantic Monthly*, marzo 2002, http://www.theatlantic.com/issues/2002/03/budiansky.htm [última consulta: mayo 2007].

FMR ASSOCIATES, URL: http://www.fmrassociates.com/RadioResearch/ears.asp [última consulta: mayo 2007].

GIOVANNONI, David, "Classical Programming's Predictable Future" (1993), URL: http://www.aranet.com/library/pdf/doc-0047.pdf [última consulta: mayo 2007].

GIOVANNONI, David y Bailey, George, "Appeal and Public Radio's Music" (1988), URL: http://www.aranet.com/library/pdf/doc-0009.pdf [última consulta: mayo 2007].

GOULD, Glenn, "Las perspectivas de la grabación", en *Escritos críticos*, edición e introducción de Tim Page, traducción de Bernadette Wang, Madrid: Turner, 1989, pp. 405-432.

GRISWOLD, Annette, "Advanced Research Methods: An Overview" (1993),

URL: http://www.aranet.com [última consulta: mayo 2007].

HUSCH, Jerri Ann, *Music of the workplace. A study of Muzak culture (social changes, ideology, technology)*, Ann Arbor: UMI Dissertation Services, 1998.

LANZA, Joseph, *Elevator Music. A surreal history of Muzak, easy-listening and other moodsong*, Londres: Quartet Books, 1994.

LEVIN, Thomas Y., "For the record: Adorno on music in the age of its technological reproducibility", *October*, 55, invierno 1990, pp. 23-47.

PATERSON, Robert, "The Future of Classical Radio", URL: http://www.robpaterson.com/writings/essay-the_future_of_classical_radio.html, [última consulta: mayo 2007].

STOCKFELT, Ola, "Adequate modes of listening", en *Keeping Score: Music, Disciplinarity, Culture*, editado por David Schwarz, Anahid Kassabian y Lawrence Siegel, Charlottesville: University Press of Virginia, 1997, pp. 129-146.

# LA ESCUCHA DE FONDO COMO COMPOSICIÓN MUSICAL

Ola Stockfelt
Universidad de Goteborg (Suecia)

La escucha de fondo como tal no es un fenómeno reciente. De hecho, probablemente sea el fenómeno más antiguo para todos y cada uno de nosotros. Mucho antes de que naciéramos –posiblemente, mucho antes de que elaboráramos las primeras rudimentarias nociones de ser seres vivos–, aprendimos a existir en un mundo vital de sonido, formado tanto por la presencia de una multitud variable de estímulos auditivos como por nuestra recepción y percepción de éstos. Aprender a manejar estos estímulos, desarrollar nuestra recepción para crear sentido a partir de ellos –orden a partir del caos– fue una de las primeras pruebas que tuvimos que superar para convertirnos en humanos; posiblemente la primera, si incluimos en ella la capacidad de detectar movimiento y presión a través del sonido. Para ser capaces de hacer –y de pensar– cualquier cosa, primero tuvimos que aprender a realizar perfectos actos de escucha de fondo. Cada recién nacido sin problemas de audición es empujado por la necesidad a desarrollar esta capacidad, y el perfeccionamiento de ésta precede a muchos otros desarrollos en el niño.

La composición musical no es algo tan fundamental, pero en última instancia el único que compone música –el único que puede– es quien la escucha, al estructurar los diferentes aspectos del paisaje sonoro ordenando, agregando, imponiendo, anulando y aplicando diferentes marcos de referencia para interpretar los sonidos y crear varias formas de sentido. El oyente es siempre el compositor definitivo. Para que algo sea escuchado como música, la primera (y en definitiva, la única) precondición es que quien la escucha convierta ciertas vibraciones en sonidos, y algunos de ellos en sonidos musicales, para luego crear y aplicar el marco mental que transforme en una experiencia musical tanto los sonidos musicales efectivamente presentes como un gran número de sonidos ausentes pero percibidos, que crea él mismo a partir de su implicación, expectativas y deseo, a partir de su concepción de

qué debe estar presente y qué no en una experiencia auditiva para ser reconocida como musical.

El hecho de que en muy distintas situaciones todos llevemos a cabo inconscientemente esta sofisticada tarea, con un grado tal de efectividad que tendemos a subestimar las dificultades que implica, no hace este proceso menos real ni menos complejo, sólo más fácil de pasar por alto.

Todas las formas de escuchar que terminan en una experiencia musical exigen un alto nivel de habilidad, y no menos cuando la música es parte de una situación sonora compleja, como fondo de otras actividades.

Lo que es novedoso en nuestra moderna sociedad urbana y tecnológica no es la escucha de fondo en sí. El moderno paisaje sonoro urbano no contiene más sonidos que los anteriores, o los rurales, simplemente tiene un volumen mucho más alto. De hecho, los paisajes sonoros del presente contienen significativamente menos variedad de sonidos perceptibles, menos información acústica, que los de un siglo atrás. Y ésta es una de las razones por las que tantos entornos urbanos son constantemente "retocados" por sus habitantes con información añadida: sonidos diseñados, señales, discursos radiofónicos, etc.; y también música.

Lo realmente novedoso son las posibilidades para dicho "retoque" que brinda el desarrollo tecnológico, y sus variadas consecuencias. Entre ellas, formas radicalmente nuevas de tratar los diferentes niveles de escucha y de composición, y las diferentes formas de considerar todo esto, más o menos conscientemente, en la construcción de estructuras audiovisuales y musicales para diversos usos. Sin olvidar los distintos niveles de discrepancia entre, por un lado, el trato práctico con esta esfera de actividades y, por el otro, los discursos que aplicamos o creamos para hablar sobre ella.

Históricamente, hay bastantes puntos de partida razonables para esta discusión. Creo que uno de los más importantes fundamentos de la situación actual es la construcción, a finales de la década de 1630, de un nuevo tipo de audiencia no interactiva en el mundo virtual de la ópera comercial, pero tratar esto alargaría

innecesariamente esta discusión. Otro fundamento más reciente y que debemos reconsiderar urgentemente es la creación en el siglo XIX del mito del oyente ideal de conciertos, el entendido que en teoría sería capaz de escuchar continuamente concentrado y entender completamente la estructura interna de una obra –sin agregar ninguna asociación extramusical– para acceder a lo que el compositor intentó expresar. Lo que en sí conlleva una definición muy especializada y presuntuosa de la "obra musical" que solemos dar por sentada como precondición en los debates sobre música.

Mientras aceptemos consciente o inconscientemente el mito del oyente ideal que escucha activamente obras de arte debidamente certificadas como un punto de partida válido para evaluar las formas en que producimos y utilizamos la música en el presente, podemos estar seguros de errar el tiro. Los desarrollos verdaderamente interesantes de composición musical en la moderna sociedad urbana no residen en la creación de notables obras de arte, ni en las formas establecidas como cultas y correctas de apreciarlas y experimentarlas. Estos conceptos aún tienen relevancia como categorías históricas en áreas como la legislación de derechos de autor o la producción de crítica de alto nivel cultural, así como para la elaboración de los mitos del mercado, pero no son categorías históricas con verdadero valor explicativo, excepto por la innegable fuerza que tienen como mitos y errores de concepto aún en funcionamiento. Y, lo que es más importante, aún tienen relevancia como aspiraciones y actitudes que pueden integrarse en nuevos tipos de composición, en las que la escucha de fondo y la de primer plano –junto con la percepción de música, ruido y parámetros totalmente "no musicales"– sean usadas como parte de las composiciones, tanto por el compositor como por el oyente.

## Música como ruido como música, intenciones correctamente malinterpretadas

A principios de los setenta estudiaba composición musical electrónica en el Instituto de Música Electroacústica (EMS, por sus siglas en sueco) de Estocolmo. En una ocasión, estábamos analizando el nuevo trabajo de un reconocido compositor, una

obra que ya había recibido varios premios prestigiosos. Todos quedamos realmente impresionados cuando la escuchamos: era una pieza compleja, con una textura plena que sonaba inusualmente bien, y todos tratábamos de superarnos mutuamente en demostrar a nuestros compañeros y nuestro profesor lo bien que apreciábamos el profundo contenido musical y el proceso de pensamiento de la técnica compositiva. Luego examinamos más profundamente la obra observándola en la consola del ordenador y nos sentimos traicionados. El compositor había adoptado un enfoque más físico que estético del trabajo compositivo y había usado una forma aleatoria, probablemente calculada para crear estructuras que sonaran complejas. La técnica que había utilizado le había impedido tener durante el proceso la más mínima pista sobre el resultado final.

Nos sentimos insultados. La pieza no era música, era un burdo fraude. Y todavía más teniendo en cuenta que a todos nos había encantado escucharla y nos habíamos sentido verdaderamente inspirados por ella, ya que habíamos sido engañados para escucharla como música. Lo que, por supuesto, era, ya que todos la habíamos escuchado como tal, y también los jurados que la habían premiado, etcétera. Habíamos convertido esos sonidos en música por el solo hecho de escucharlos como si lo fueran.[1]

Ahí fue cuando empecé a escuchar sistemáticamente otros sonidos "no musicales" de la misma manera. Al final era capaz de tener maravillosas experiencias musicales escuchando el sonido del metro. Descubrí que el mundo entero estaba repleto de música.

Escuchar el mundo como una "composición musical macrocósmica" (como decía Murray Schafer) es en realidad hacer dos cosas a la vez.

La primera es explorar los datos auditivos, cualesquiera que sean, en busca de un sentido que pueda darles un impacto estéticamente relevante. La mayoría de los eventos acústicos lo tienen, dependiendo de la habilidad del oyente para escuchar de una forma estética. Es como ver un objeto cotidiano en una prestigiosa galería de arte: esperas que sea arte y, al verlo como si lo fuera, descubres –o creas– cualidades

estéticas que no habías notado nunca, y que quizás ni siquiera eran intención del artista.

La segunda operación es el brutal descubrimiento de que prácticamente todos los sonidos que escuchas en un día cualquiera –al menos en la vecindad de un entorno urbano– son producidos por el hombre, esculpidos por la actividad del hombre. La mayoría de estos sonidos son completamente involuntarios, son simplemente el resultado del hecho de que cualquier actividad que implique mover algo a través de un medio produce sonido, nos guste o no. De todas maneras, son creaciones del hombre, responsabilidad del hombre, sonidos que existen como resultado de las actividades creativas del hombre: composiciones. Son producidos, y si no te gustan, pueden dejar de producirse. Su continua presencia es, al menos en parte, responsabilidad tuya. La mayoría de ellos ni siquiera los oímos. Somos extremadamente hábiles en escucharlos de una forma que los aparta del reconocimiento consciente. El resto de los sonidos, en su mayor parte, no los identificamos como tales sino como objetos. Podemos oír que un automóvil se acerca, pero ¿cuándo fue la última vez que escuchaste atentamente el sonido de un auto aproximándose? O de una multitud de personas. Las multitudes pueden ser muy, muy hermosas desde el punto de vista del sonido.

Cualquier sonido puede ser transformado en música por un acto de voluntad por parte de quien lo escucha. Mientras escuchas, incluso si escuchas colocando los sonidos en segundo plano, constantemente estás optando, haciendo selecciones y elecciones que potencialmente transforman una parte del paisaje sonoro en tu esfera personal de música, o no.

## Escuchando *Vexations*

*Vexations* de Erik Satie[2] puede ser vista fácilmente como una aburrida pieza musical: los mismos acordes aporreados una y otra vez a la misma velocidad en el mismo gran piano durante horas para terminar sin ningún cambio. Dos razones totalmente diferentes me llevaron a ir a escucharla por primera vez (hace unos treinta años).

En primer lugar, parecía tan totalmente desprovista de sentido que merecía ser explorada; en segundo lugar, músicos cultivados habían decidido tocarla en un respetable establecimiento, así que debían de tener una buena razón para ello. Por otra parte, Satie era un compositor que apreciaba por algunas de sus otras músicas, más "razonables". Así que, sentado en el suelo, oyendo atentamente para tratar de entender qué escuchar a fin de extraer algún tipo de sentido de lo que los pianistas ejecutaban, recurrí sucesivamente a diferentes estrategias.

Primero intenté escuchar la pieza musical propiamente dicha, reconociendo y memorizando los acordes a medida que aparecían, tratando de prever el próximo acorde, de encontrar una estructura en su ordenamiento, de reconocer progresiones tonales o semitonales, de descubrir estructuras melódicas implícitas… No funcionó. Aprendí a reconocer los acordes, pero de alguna manera seguían pareciendo diferentes cada vez que sonaban. Encontré cierto número de relaciones tonales implícitas entre los acordes, pero ninguno de ellos me pareció el dominante. Descubrí un cierto número de melodías, pero todas ellas parecían carecer de un elemento vital –que debía proveer yo mismo– y cada vez que tenía la sensación de llegar a un lugar previsto, resultaba ser otro totalmente distinto. Desahogué silenciosamente esta frustración sobre ciertas partes del público –no todos estaban completamente en silencio–; para mí era crucial escuchar sólo los sonidos que los pianistas estaban produciendo, no los relacionados con cualquier situación de concierto. Así, adquirí conciencia de cuáles eran los sonidos que "debían" contarse como parte de la música y cuáles no.

Llegado este punto, habían pasado algunas horas y los ejecutantes se habían sucedido en el piano un par de veces. De esta forma, era posible empezar a comparar músicos, evaluar y juzgar la ejecución de los acordes y sus relaciones, especular con qué hubiera hecho yo en su lugar. Lo siguiente fue elegir entre los pianistas y aplicar un criterio de calidad basado en esta ejecución específica: estilo personal e interpretación de la música. Así, encontré mi favorito entre ellos, pero esto seguía sin darme algo a lo que aferrarme para comprender la música.

Así que traté de escucharla de una forma "históricamente informada", imaginando la primera vez que fue ejecutada, el contexto de su conceptualización, las reacciones que debía de haber provocado en la audiencia de su tiempo. El título de la obra daba un fuerte indicio: esta música evidentemente trataba de vejar a su público. Y esto, definitivamente, era la antítesis de buena parte de lo que se cocía a principios de 1890; al mismo tiempo, había suficientes elementos convencionales en ella para que fuera presentada como una obra musical, incluso como un concierto: el escenario, el instrumento, el comportamiento de los intérpretes, el contenido tonal, etcétera. Traté de escuchar la "otra" música que para un contemporáneo hubiera formado el fondo contra el cual esta pieza se perfilaba, y del cual, en ciertos aspectos, constituía una patente exageración, y en otros, un igualmente obvio descuido. Así que empecé a escuchar música que no estaba ahí, pero que imaginaba que había estado ahí, aunque sólo en las mentes de otros oyentes, de quienes, en realidad, no sabía absolutamente nada.

Y ahí fue cuando perdí la concentración, luego de seis horas de continuo esfuerzo por aplicar diferentes estrategias de "escucha experta". A partir de ahí, me senté y simplemente escuché la música un rato, y así seguí por un periodo indeterminado. Entonces pasó algo extraordinario. En cuanto dejé de buscar las tensiones armónicas, empecé a sentir que las armonías eran perfectas –aunque no las habría sentido perfectas de la misma manera si no hubiera hecho todo aquel trabajo duro antes, seguramente–. Las notas empezaron a encadenarse de una forma completamente desenfrenada, la música se desarrollaba en lo que parecía una red polifónica de verdaderas proporciones clásicas, en la que sucumbía. Poco a poco la música desapareció, simplemente no podía oírla, sin importar cuánto me esforzara y aunque supiera que estaba ahí. Se convirtió en una especie de completo silencio, no cualquier silencio, sino un silencio muy especial, que producía un estado mental estrechamente relacionado con ese silencio particular.

La música nunca me ofendió, pero mi falta de comprensión ciertamente sí. Mi autoimagen como músico y musicólogo instruido fue claramente vejada. Y

cuando finalmente me rendí y así alcancé lo que creía que era una comprensión de la situación, la música desapareció.

## Escuchando fragmentos para la redefinición de la escucha

Si nos disponemos a escuchar la música que Vangelis compuso para *Blade Runner*, no nos resultará siempre evidente cuándo empieza la música, cuándo empezar a escuchar. La escena en la que Roy visita y mata a Tyrell es un excelente ejemplo de cómo la misma imprecisión sobre qué es lo que constituye el sonido de una película y qué sonidos están en ella para ser escuchados como sonidos musicales es uno de los aspectos más significativos de la banda sonora. Al comienzo de la escena no podemos distinguir con seguridad los sonidos que forman parte de la película de los producidos por el sistema de ventilación del cine, o por la maquinaria de proyección, o por un sistema de sonido mal instalado, etcétera. Pero después de algunos cortes, alternando entre el ascensor y el habitáculo de Tyrell, nos sentimos razonablemente seguros de qué sonidos corresponden a cada entorno fílmico, qué sonidos constituyen el paisaje sonoro de cada uno de estos entornos. Y estos sonidos nos ayudan a orientarnos mientras seguimos el diálogo y a definir las características de los distintos ambientes. Hasta aquí, todo es como en cualquier película "normal". Y entonces, poco a poco, algunos sonidos empiezan a adquirir cualidades "musicales". No cambian en su esencia, pero sus relaciones internas empiezan a ordenarse de otra manera y sus relaciones con el entorno proyectado en la pantalla cambian. En vez de servir para identificar una posición en cada uno de los entornos complementarios, los sonidos nos incitan a tomar una posición distante, crítica o neutral frente a los hechos. Ahí es cuando la cámara súbitamente enfoca los ojos del búho, apoyando visualmente esta elección. Los zumbidos y chirridos del entorno tecnológico se unen para formar timbres y armonías menos dirigidas a satisfacer las necesidades descriptivas de los entornos físicos que a cambiar relaciones mentales y sociales, siguiendo las propuestas y decepciones del diálogo y los cambios en los patrones de dominación. Desde un cierto punto de vista, nada ha cambiado, los mismos sonidos

siguen ahí. Desde otro, los sonidos se han re-compuesto para apoyar la acción de la misma manera que la música para cine y la ópera han hecho durante décadas. Así, para seguir la acción de la escena, se nos induce a escuchar estos sonidos "ambientales" como si fueran música, pero sin reconocerlos como música. En este estado de escucha "musical", Vangelis finalmente introduce sonidos que tienen indudablemente una función musical: una banda sonora electrónica cuasi armónica, que cumple con lo que tradicionalmente se espera de la música de películas, y que es sólo ligeramente excepcional (para su tiempo) por su timbre sintético. De esta forma, la separación de sonidos "ambientales" y sonidos "musicales" finalmente se hace evidente, y estos dos grupos de sonidos pueden empezar a moverse en diferentes direcciones, contando historias complementarias sobre las condiciones que se desarrollan en la escena. Y mientras estas condiciones entran en un nivel simbólico que alcanza dimensiones bíblicas con el asesinato del creador, un coro se suma a la parte musical del sonido, completando así su simbolismo.

Pero ¿cuándo empieza la música y cuándo empezamos a escucharla?

Si encontráramos el punto exacto en que la música empieza, perderíamos la cualidad musical de la consciente manipulación de la escucha de fondo de los sonidos no musicales, que crea el estado necesario para comprender los sonidos indudablemente musicales. Así, la música empieza antes de la música, y la escucha de primer plano empieza en la de fondo. La escucha de fondo de sonidos no musicales es una parte central de la experiencia musical consciente.

Este procedimiento es en realidad bastante común en la música para cine (y lo es desde los años treinta): pasar de sonidos pensados para ser escuchados como información del entorno a sonidos –muchas veces los mismos, o al menos muy parecidos– pensados para ser escuchados como parte de una comunicación musical. El ejemplo más común es el *drone* o zumbido grave que suele aparecer en cuanto algo vasto y poderoso es representado en la pantalla. Muchas cosas emiten estos sonidos profundos y constantes (incluyendo cualquier sistema de ventilación de una casa moderna). Es posible agregar uno a prácticamente cualquier escena sin llamar

la atención. Pero si se le añade un poco del timbre físico de una nota de contrabajo tocado con arco (como en *Independence Day*) o la particular distorsión de una nota de bajo sintetizado (como en *Thelma y Louise*), el mismo zumbido se convierte en una línea musical estática y el ruido pasa a actuar como fundamento de una variación de un estereotipo musical que ya era viejo antes de *Así habló Zaratustra*, desencadenando las obvias interpretaciones preconcebidas.

En la composición de estos fragmentos, los sonidos y/o la ubicación social o audiovisual de los sonidos nos informan de las condiciones y nos inducen a aplicar estrategias creativas en la escucha de fondo para definir qué debe ser percibido como ruido y qué escuchado como música –y qué se supone que debe aportar el oyente para la creación de la composición completa–. Se trata de un nivel donde la habilidad en la escucha de fondo es manejada como un parámetro central de la música. Cuando el compositor no provee estas pistas, normalmente sabemos cómo proveerlas. Por desgracia, no por el procedimiento de escuchar estéticamente el paisaje sonoro como una "composición musical macrocósmica", sino, al contrario, adoptando un modo de escucha indiferente, transformando sonidos en ruido, e incluso en objetos, que luego tratamos de no oír, y escuchando las músicas como si fueran identidades sociales con las que podemos o no identificarnos.

Es entonces cuando el paisaje sonoro de la ciudad, incluyendo sus músicas, se vuelve abrumador.

## Notas

1 He mencionado esta anécdota también en un artículo posterior: “Småbitar och Helheter”, en *Frispel. Festskrift till Olle Edström*, Goteborg: Göteborgs Universitet, 2005, pp. 350-365.

2 Erik Satie (1866-1925), *Vexations*, 1893. Los mismos acordes repetidos sin variaciones exactamente 840 veces, lo que normalmente dura alrededor de veinte horas, o poco más.

# ÍNDICE